

ZUKUNFT DURCH BIOÖKONOMIE

STARTUPS – NACHFOLGE – TEAMBINDUNG

STARTUP-REGION DREIGRUENDERECK

MEHR AUFMERKSAMKEIT IM WWW

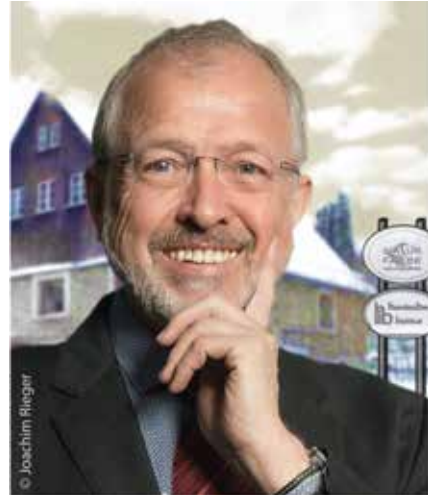
Einzelpreis
6,50 €

39



April 2022
www.rheinzeiger.de
ISSN 2701-5297

Liebe RheinZeiger-Leser



Wenn man das ökohumanistische Manifest von Pierre Ibisch und Jörg Sommer liest, dann kommt man doch ins Nachdenken über die Zukunft. Die Autoren beginnen ihr Buch mit dem Satz: „Eine Verlängerung der Gegenwart hat keine Zukunft mehr“. Klingt fast philosophisch, ist jedenfalls eine Aussage, die aufhorchen lässt.

Denkt man genauer darüber nach, führt sich vor Augen, in welchen Zeiten wir leben, dann muss man tatsächlich zu dem Ergebnis kommen, dass ein „Weiter so“ wohl kaum die richtige Strategie sein kann. Wir erleben gerade, wie eine Globalisierung in vielfältige Abhängigkeiten führen kann. Ein geeintes (und einiges!) Europa kann stark sein, aber das müssen alle Beteiligten wollen. Und die Bürokratie muss mitspielen.

Ja, diese Welt dreht sich. Und wir Menschen sind Teil dieser Welt – die Natur hat uns hervorgebracht. Und wir haben die Wirtschaft „erfunden“; und die dreht sich auch. So weit, so gut. „Höher, schneller, weiter“, bringt das Nutzen? Da kann die Wirtschaft doch mal über das Geschäftsmodell nachdenken. Unsere Erkenntnis heute: Was gestern irgendwie funktionierte, muss heute nicht richtig sein. Die Verlängerung der Gegenwart und alles „höher-schneller-weiter“ ist kaum eine geeignete Zukunftsstrategie.

Wir dürfen nicht vergessen, dass wir unseren Lebensraum brauchen; vor allem, wenn wir einen angemessenen Lebensstandard auch zukünftig halten wollen. Und da müssen wir – wie jeder bei seiner eigenen Gesundheit – auch schon mal die Sache selbst in die Hand nehmen. Denken und Handeln im Sinne eines gesunden Lebensraums. Da braucht es kein „höher-schneller-weiter“, da braucht es

Kreativität, Kooperation und das richtige Maß an „ecological Entrepreneurship“. Innovation und Nachhaltigkeit sind kein Widerspruch.

Die Entwicklung der Impfstoffe gegen das Covid-Virus zeigt, wie etwas funktionieren kann. Und es zeigt auch, dass Startups in der Lage sind, Probleme anzugehen. Auch die aktuelle Entwicklung der Bioökonomie ist vielversprechend. Nicht nur, dass nun viele Startups mit tollen nachhaltigen Innovationen auf dem Markt in Erscheinung treten. Auch das europäische Denken gibt Hoffnung. Und Projekte wie BioökonomieREVIER, Treibhaus und einige andere sind zukunftsweisende Beispiele.

Der Zuspruch der Wirtschaft beim Aufbau des Europäischen Nachhaltigkeitsfonds ist ebenso vielversprechend wie der Finanzierungsboom bei den deutschen Startups in 2021. Wenn wir das nun zusammenführen, kann daraus etwas Gutes werden, auch für unseren Lebensraum. Und den umweltkonformen Umgang mit Technologien lernen wir dabei auch. Dann dürfen wir auch über Verlängerungen reden.

Herzlichst, Ihr

DR. HEINZ BETTMANN
Chefredakteur

14



INHALT

38



Bioökonomie als wichtige Strategie gegen den Klimawandel

Der Europäische Nachhaltigkeitsfonds

40



2/63 Termine

3 Editorial

6 Erfolgsfaktoren der Nachfolge

10 EXIT – Warum Mitarbeiter das Unternehmen verlassen

14 Labore für Biotechnik-Unternehmen

16 Biotechnologie in Zeiten von Corona
Interview mit Dr. Oliver Schacht

18 Neues aus dem BVIZ

20 Neues aus Kölner Technologiezentren

STARTUPS

24 Seniorenfreunde

25 turtle moments

38 BE PROUD

39 Pleta

50 MEATAPP

51 OPA ERWIN

52 handz: Die Geschichte einer Gründung

53 insyt invest

54 Probiere doch mal

26 Gründerökosystem Köln: Fit for Invest

dreigruendereck

28 Wer ist dreigruendereck?

30 Rocketlife GmbH

32 57wasser GmbH

34 dreigruendereck TOOLBOX

36 Startup Safari 2021

40 Der Europäische Nachhaltigkeitsfonds
Interview mit Dr. Michael Brandkamp

44 Verbund-Projekt „Treibhaus“

46 Kleiner Exkurs Bioökonomie

48 Die etwas andere Stimme aus der Wirtschaft:
Der Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft

56 Sprichst du noch oder wirst du schon gecoach?

58 Gründerzentren: Aufgaben – Rolle – Status

60 Mehr Sichtbarkeit im Netz
SEO für den Internetauftritt

UNSERE BUCHTIPPS

12 Die Klimalösung

22 Entrepreneurshit

23 weiterso

37 Probiere doch mal

37 Das System Bioökonomie

47 WHY I CARE



Impressum

Verlag:

Hardenberg Institut
Hardenberg 5, 58540 Meinerzhagen,
Tel. +49 (0) 2358 2721 030
post@rheinzeiger.de
www.institut-hardenberg.de

Herausgeber und Chefredakteur:

Dr. Heinz Bettmann, vfw Köln rechtsrheinisch

Erscheinungsweise

Printausgabe zweimal jährlich / kostenfrei
Online-Portal unter www.rheinzeiger.de

Redaktion

Dr. Heinz Bettmann, Angelika Burgert,
Wilco van de Burgwal, Anastasia Safontschik

Autoren dieser Ausgabe

Prof. Dr. Carsten Kruppe, Prof. Dr. Nadine Pratt,
Prof. Dr. Christian Härtwig, Lina Uebbing,
Prof. Dr. Simone Chlosta, Bianca Schiffgens,
Dr. Frauke Hangen, Dr. Claudia Englbrecht,
André van Hall, Anastasia Safontschik,
Angela-Verena Hassel, Dr. Gudrun Mernitz,
Dr. Wolfgang Blank, Prof. Dr. Steffen Fleßa,
Konrad Beikircher, Dr. Katharina Reuter,
Prof. Dr. Peter Weber

Anzeigen

Tel. +49 (0) 2358 2721030
Dr. Heinz Bettmann / post@rheinzeiger.de

Fotos / Cartoons / Grafiken

Urhebervermerk am jeweiligen Motiv

Gestaltung

Michaela Kozik, Frey Print + Media GmbH & Co. KG

Druck

Frey Print + Media GmbH & Co. KG
Bieketurmstr. 2, 57439 Attendorn, www.freymedia.de

Informationsstand: 31. März 2022

ISSN

Online 2702-9107; Print 2701-5297

Informationen zur Verarbeitung von personenbezogenen
Daten durch den Herausgeber finden Sie im Internet unter
www.rheinzeiger.de/j/privacy

Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Eine Haftung
für fehlerhafte oder unrichtige Informationen wird ausge-
schlossen. Die Redaktion haftet nicht für Beiträge Dritter.

Ausdrucksformen:

Zur besseren Lesbarkeit wird in der vorliegenden Print-
ausgabe 39 auf die gleichzeitige Verwendung männlicher
und weiblicher Bezeichnungen vielfach noch verzichtet.
Es wird in der Regel die männliche Ausdrucksform verwen-
det, wobei aber beide Geschlechter gleichermaßen
gemeint sind.



Selbstständigkeit durch Firmenübernahme – Pilotstudie in NRW

Erfolgsfaktoren der Nachfolge

Die Übergabe eines Unternehmens ist mit vielen Herausforderungen verbunden. Dafür sind zwei Perspektiven zu betrachten und zusammenzuführen. Damit ein Unternehmen für Nachfolgende attraktiv ist, werden auf der einen Seite die Ertragslage, Übergabereife des Unternehmens oder auch Kompetenzen der Belegschaft bewertet. Auf der anderen Seite stehen die Übernehmenden, die wiederum die passenden Kompetenzen aufweisen müssen, um den organisatorischen oder technischen Herausforderungen im Unternehmen begegnen zu können. Erst eine entsprechende Passung bildet die Basis, damit von einer erfolgreichen Nachfolge gesprochen werden kann.

Ausgangspunkt, Zielsetzung und Datenbasis

Mit dem jährlich erscheinenden Nachfolgemonitor wird in Kooperation vom Verband Deutscher Bürgschaftsbanken e.V. (VDB), der Creditreform Rating AG und dem KCE KompetenzCentrum für Entrepreneurship & Mittelstand der FOM Hochschule für Oekonomie & Management eine der deutschlandweit größten Untersuchungen des Nachfolgegeschehens herausgegeben.

Der Nachfolgemonitor kombiniert die beiden Perspektiven des Unternehmens und der Nachfolgenden mittels quantitativer und qualitativer Daten: Finanzausgaben aus den realisierten Transaktionen plus Befragungen der Übernehmenden zu dem Prozess und den Herausforderungen der Übernahme.

Zur Vorbereitung einer bundesweiten Befragung wurde mit Übernehmenden aus Nordrhein-Westfalen ein Pilotprojekt durchgeführt, das bereits interessante Erkenntnisse liefert. Neben allgemeinen Fragen zum Unternehmen fokussierte die Studie vor allem die Themen Übernahmemotivation und Übergabereife sowie Kompetenzen, die die Übernehmenden als essenziell für eine erfolgreiche Nachfolge einstufen.

Im Pilotprojekt wurden 769 Übernehmende kontaktiert, die in Begleitung der Bürgschaftsbank Nordrhein-Westfalen in den Jahren 2013-2019 eine Nachfolge angetreten haben. 107 Antwortende konnten in die Auswertung eingeschlossen werden, das entspricht einer Rücksendequote von 14 %. Die Antwortenden verteilten sich regional gleichmäßig über die Fläche von NRW, was für eine gute Repräsentativität und Aussagekraft der Ergebnisse spricht.

Übernahmemotivation und Übergabereife

Was motiviert potenzielle Nachfolgende, ein bestehendes Unternehmen zu übernehmen? In unserer Pilotstudie haben wir den Nachfolgenden eine Auswahl an Motiven gegeben, die sie nach Wichtigkeit einschätzen sollten (Abb. 1).

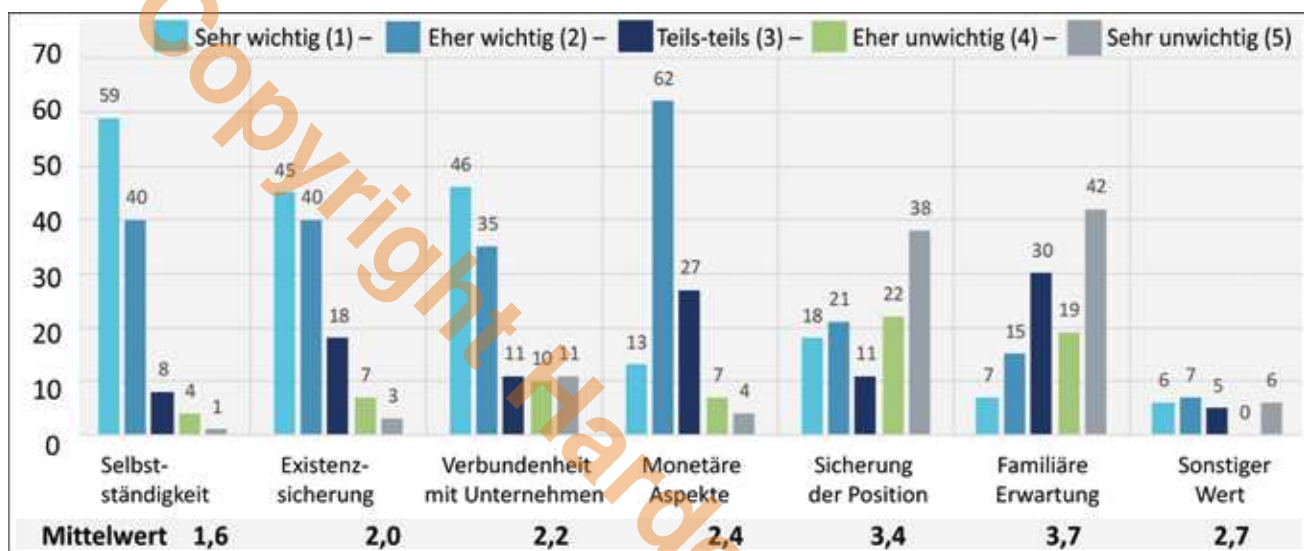


Abbildung 1: Grund der Übernahme

Abbildung 1 zeigt, dass Selbstständigkeit (1,6) und Existenzsicherung (2,0) die beiden wichtigsten Übernahmegründe waren. Dies überrascht insofern, da es sich auf den ersten Blick um scheinbar widersprüchliche Gründe handelt: Selbstständigkeit steht typischerweise für das bewusste Eingehen eines auch existenziellen Risikos, wogegen Existenzsicherung ein Sicherheitsbedürfnis der Übernehmenden und die Vermeidung von Risiko widerspiegelt. Eine mögliche Erklärung wäre, dass in Zeiten zunehmender beruflicher Unsicherheiten, Flexibilitätsanforderungen und unklarer äußerer Rahmenbedingungen die Entscheidung für eine selbstständige Tätigkeit nicht nur den „Traum vom eigenen Unternehmen“ abbildet, sondern durchaus auch das Empfinden persönlicher Kontrollierbarkeit und Passung zu eigenen Lebensentwürfen stärken kann. Auch der Umstand, dass die Übernahme bereits existierender erfolgreicher Betriebe subjektiv risikoärmer erscheint als die Neugründung, mag hier relevant sein.

Die Verbundenheit mit dem Unternehmen wurde mit durchschnittlich 2,2 ebenfalls als eher wichtig eingeschätzt. Offensichtlich wählte das Gros der Befragten Organisationen aus, mit denen sie sich auch emotional verbunden fühlen, was als wichtige Grundlage für Engagement und Verantwortungsübernahme angesehen werden kann.

Erstaunlich ist dagegen, dass monetäre Aspekte im Vergleich zu den anderen Gründen eine eher untergeordnete Rolle spielen. Aus der Kurzfristigkeit eines „guten Deals“ entsteht für Übernehmende dann kaum eine Übernahmemotivation, vielmehr deuten die Angaben auf eher längerfristige finanzielle Überlegungen. Die Sicherung der Position im Unternehmen (3,4) und familiäre Erwartungen (3,7) spielten bei der Unternehmensübernahme eine eher untergeordnete Rolle.

Übernahmeherausforderungen und Übernahmekompetenz des Übernehmenden

Eine wichtige Fragestellung bei einer Übernahme besteht darin, ob Übernahmeherausforderungen im zu übernehmenden Unternehmen und Übernahmekompetenzen der Übernehmenden in Einklang stehen.

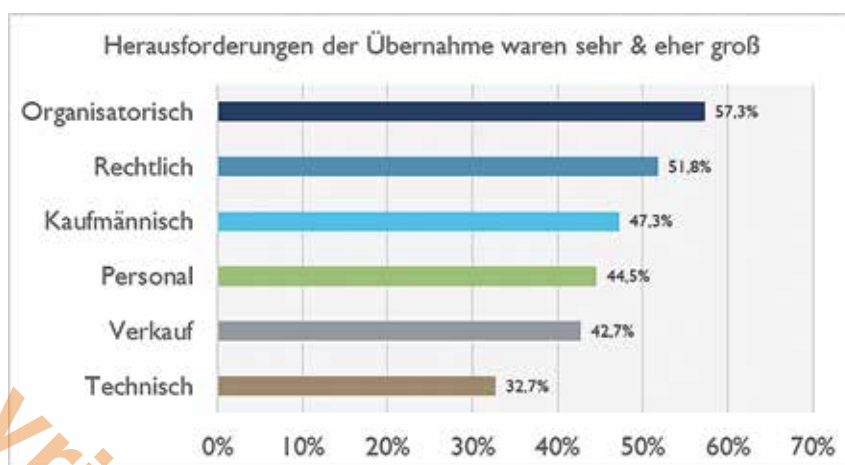


Abbildung 2: Übernahmeherausforderungen

Hinsichtlich der Herausforderungen bei der Übernahme bewerten annähernd 57% der Übernehmenden die organisatorischen Prozesse im Betrieb und ca. 52% der Übernehmenden Verträge oder Genehmigungen (Rechtliches) als sehr oder eher herausfordernd. Kaufmännische Belange und Personalthemen werden von knapp der Hälfte als herausfordernd angesehen. Dagegen werden technische Aspekte oder Produktionsthemen als am wenigsten kritisch eingeschätzt und nur von ca. 33% der Befragten als sehr große oder große Herausforderung bewertet.

Damit die Herausforderungen im Unternehmen auch von den Übernehmenden gestemmt werden können, benötigen diese die dazu passenden Kompetenzen. In der

Befragung wurde erhoben, als wie wichtig verschiedene Kompetenzen von den Übernehmenden eingeschätzt werden. Abbildung 3 zeigt, dass Selbstkompetenzen für eine selbstständige und ergebnisorientierte Arbeitsweise von den Übernehmenden mit einem Mittelwert von 1,6 als die wichtigste Kompetenz angesehen werden. Fachkompetenzen und kaufmännische Kenntnisse wurden von den Befragten mit 1,7 ebenfalls als relevant angegeben. Auch Personalführungserfahrungen und Sozialkompetenzen mit einer zugewandten und professionellen Kommunikationsweise lagen mit einem Mittelwert von jeweils 1,8 in einem hohen Anforderungsbereich – ein Umstand, der bei der Übernahme ausdrücklich nicht zu unterschätzen ist.

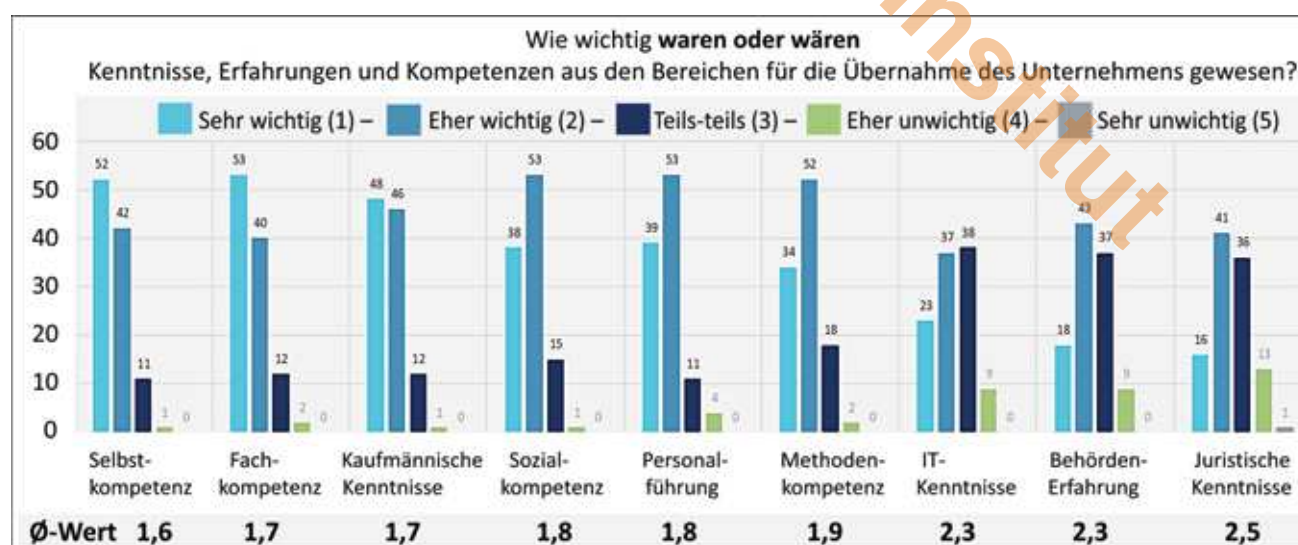


Abbildung 3: Kenntnisse der Übernehmenden

IT-Kenntnisse und Erfahrungen mit Behörden wurden von den Befragten insgesamt mit jeweils 2,3 auf die zweite Stufe gestellt, juristische Kenntnisse wurden mit 2,5 als teilweise wichtig angesehen.

Es zeigt sich also, dass neben den klassischen „Unternehmerkompetenzen“ auch die sog. „Soft Skills“ in den Blick genommen werden sollten und einen mindestens ebenso relevanten Aspekt für eine erfolgreiche Übernahme darstellen.

Fazit und Ausblick

Fasst man die Pilotstudie in NRW zusammen, lassen sich folgende Kernaussagen ableiten:

- Bei der Übernahme handelt es sich um eine langfristig ausgelegte Entscheidung, vor allem zur Erreichung einer beruflichen Selbständigkeit und Unabhängigkeit, zur Sicherung der eigenen Existenz und aus Gründen der Verbundenheit mit dem Unternehmen. Monetäre Aspekte dominieren die Übernahmeformulation nicht. Genauso ist die Positionssicherung oder familiäre Erwartungen weniger relevant.
- Die Nachfolgenden sind sich den Herausforderungen, die eine Übernahme mit sich bringen bewusst, sehen sich aber zum größten Teil in der Lage diese zu bewältigen. In den relevanten Kompetenzbereichen finden sich neben fachlich-unternehmerischen v.a. auch Anforderungen an die Selbststeuerung, Sozial- und Führungskompetenzen, die für eine erfolgreiche Übernahme als wichtig angesehen werden.
- Grundsätzlich scheint eine Nachfolge zunächst mit den einhergehenden Betriebsübernahmekosten ein hohes finanzielles Risiko mit sich zu bringen. Doch der Übernehmende partizipiert gleichzeitig von einem etablierten Geschäftsmodell sowie gewachsenen Betriebsstrukturen. Fehlt es für einen Kredit bei der Hausbank an Sicherheiten, kann die Bürgschaftsbank helfen. Die Deutschen Bürgschaftsbanken bzw. Mittelständische Beteiligungsgesellschaften unterstützen Nachfolgeprojekte, indem sie Kredite mit Ausfallbürgschaften besichern oder stille Beteiligungen eingehen und so Vorhaben ermöglichen. Über Finanzierungsmöglichkeiten können sich Interessierte u.a. bei den Finanzierungssprechtagen mit den Industrie- und Handelskammern und den Handwerkskammern zusammen mit Experten der Bürgschaftsbanken austauschen.
- Die Pilotstudie in NRW ist ein wichtiger Startpunkt, um tiefere Einblicke in das Übernahmegesche-

hen aus zwei Perspektiven (Unternehmen und Übernehmende) zu erhalten. Da Nachfolge jedoch regional sowie in den Branchen unterschiedlich abläuft, ist eine bundesweite Erhebung dringend notwendig. Auch um die wichtigen Gruppen der weiblichen Nachfolgenden und jüngeren Übernehmenden-Generation stärker in den Fokus zu rücken und unterstützen zu können.

Erfolgsfaktoren der Nachfolge ist eine Pilotstudie der Bürgschaftsbank Nordrhein-Westfalen und der FOM Hochschule für Ökonomie und Management.

Autorenschaft:

Carsten Kruppe
Nadine Pratt
Christian Härtwig
Lina Uebbing
Simone Chlosta

Literatur & Links:

- (1) Leifels, A. (2020). Nachfolge Monitoring Mittelstand 2020: Gut vorbereitet in die Krise – Corona verschärft Gründungsengpass. KfW Research, Nr. 308, Fokus Volkswirtschaft.
- (2) Pahnke, A.; Schlepphorst, S.; Schlömer-Laufen, N. (2021): Herausforderungen der Unternehmensübergabe: Unternehmen zwischen Fortführung und Stilllegung, IfM Bonn: IfM-Materialien Nr. 286, Bonn
- (3) Universum 2021: Student Survey 2021, Stepstone <https://universumglobal.com/de/blog/nachhaltigkeit-fuer-studierende-ein-wichtiger-aspekt-bei-der-wahl-ihres-zukuenftigen-arbeitgebers/>, Zugriff: 17.02.2021
- (4) Wassermann, H., Frohwerk, S., Kruppe, C. (2021): Nachfolgemonitor 2021, MA Akademie Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH, Essen, ISBN: 978-3-89275-206-6, ISSN: 2629-8902, URL: www.nachfolgemonitor.de



Warum verlassen Mitarbeiter*innen das Unternehmen?

EXIT

Immer wieder hört man die wildesten Geschichten, warum Menschen ihr Unternehmen verlassen. Die Betroffenen kennen oft keinen anderen Ausweg. Was treibt die Menschen aus dem Unternehmen? DEINBIZZ hat eine repräsentative Umfrage auf LinkedIn durchgeführt. Die Grafik zeigt das Ergebnis.

Unabhängig von der Frage einer beruflichen Weiterentwicklung suchen Menschen immer wieder nach neuen Möglichkeiten, sehen sich nach anderen Arbeitgebern um. Der Versuch Führungskräfte, von der eigenen Vision zu überzeugen, schlägt häufig fehl, weil entweder die Zeit noch nicht reif ist oder weil es doch „immer so ging wie jetzt“. Sträuben sich Führungskräfte gegen Ideen, ist schnell die Luft raus und Frust kehrt ein. Arbeitnehmer wollen gesehen und gehört werden und da sind wir beim Thema Wertschätzung.

Zunächst ist hier zu durchdenken, ob die eigenen Grund-

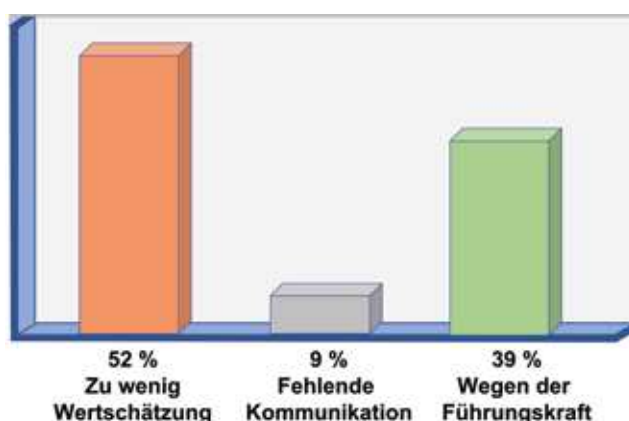
werte mit denen des Unternehmens einhergehen. Das spiegelt sich auch im Umgang untereinander und nach außen wider: Respekt und Anerkennung von Leistung der Mitarbeiter, von Kunden oder auch Dienstleistern zum Beispiel.

Werte & Spielräume

Lässt man sich also von Stellenanzeigen und guter Laune im Jobinterview blenden? Fragt keiner aktiv nach wichtigen persönlichen Eckdaten, aus Angst nicht eingestellt zu werden?

Was ist mit dem Gestaltungsspielraum? Was wird vom Unternehmen erwartet, was können Sie beitragen? Dürfen Sie Pragmatismus an den Tag legen und lösungsorientiert Denken UND HANDELN, wie es doch heute so oft gefordert wird?

Der Großteil der Arbeitnehmer hält es offenbar jahrelang aus – auf Biegen und Brechen. „Macht sich eben nicht gut im Lebenslauf, jetzt schon zu gehen.“ Sagt eigentlich wer? Verständlich, wenn es ein großes Ziel war, im Konzern XY zu landen und damit ein „Traum“ in Erfüllung ging. – Nur darf der Traum nicht zum Albtraum werden.



Erfahrungsgemäß ziehen die meisten Arbeitnehmer erst dann die Reißleine, wenn gar nichts mehr geht. Dann wählen sie EXIT. Auch aus Mangel an Beziehung. Wenn Sie als Führungskraft keinen Draht aufbauen können, erschrecken Sie nicht, wenn plötzlich die Kündigung auf dem Tisch liegt. Sie dürfen sicher sein: Die Generationen entwickeln sich. Die „Generation Z“ fackelt nicht lange.

Menschen die Führung brauchen und Anweisungen und Kontrolle als normal empfinden, sind in hierarchisch geführten Unternehmen goldrichtig. Wenn aber in der Eingangshalle eine ganz andere Vision geschrieben steht, stimmt das Match nicht und neue Mitarbeiter sind schneller durch die Tür als Sie gucken können.

Identifikationen & Visionen

Selbstwirksamkeit ist eines der wichtigsten Attribute für Führungskräfte. Was ist dran an der Aussage „people join companies and people leave managers“?

HR ist also auch gefragt: Werden Mitarbeiter gesucht, die sich mit den Werten des Unternehmens UND mit der jeweiligen Führungskraft identifizieren können. Aufgaben und Themen müssen klar sein, damit der Arbeitnehmer sich nicht nach kurzer Zeit bei einer Vielzahl der unterschiedlichsten Tätigkeiten wiederfindet, die so nie abgesprochen waren.

Genauso schleicht sich bei Arbeitnehmern nach ein bis zwei Jahren Betriebszugehörigkeit ein Gefühl von „selbstverständlich zu sein“ ein. Hier hat es die Führungskraft verpasst, entsprechende Gespräche zu führen, Wertschätzung zu zeigen, und der nächste Karriereschritt lässt auf sich warten.

Führung, Kommunikation & Wertschätzung

Bekanntes Unglück wird unbekanntem Neuen vorgezogen, so unfassbar es klingt. Überall werden Missstände angezeigt und beklagt und meist ist EXIT die Ultima Ratio. Dabei wäre hier vielleicht auch wünschenswert, dass der Arbeitnehmer Verantwortung übernimmt und mitwirkt an Veränderungen. Führung muss das nur wollen und zulassen. In Coachings kommt oft das Thema Mitarbeiter-Fluktuation auf den Tisch. Führungskräfte oder Unternehmensinhaber geben nur ungern zu, dass irgendetwas falsch gelaufen sein muss. Dazu die Frage, warum zum Semesterwechsel drei von fünf gekündigt haben. Am Ende des Tages erkennen wenige, dass es nicht am Mitarbeiter gelegen hat. Die-

se Erkenntnis wirkt wahre Wunder in jeder Unternehmer-Zukunft!

Jobportale und Stellenangebote

Vier von zehn Erwerbstätigen denken aktuell über einen Jobwechsel nach oder haben bereits erste Schritte unternommen. Bei den 30- bis 39-jährigen ist es sogar fast jeder Zweite. Dies besagt die aktuelle Statistik von XING E-Recruiting.

Hinzu kommt fraglos das Arbeiten auf Distanz aus den letzten beiden Jahren. Wer es hier nicht geschafft hat, Mitarbeiter zu binden, schaut in die Röhre. Auch vor einem Branchenwechsel haben viele keine Angst mehr, im Gegenteil.

Aktuell gibt es viele gute Jobangebote. Mitarbeiterbindung wird also immer wichtiger. Persönliche Gespräche, Wertschätzung und das Sehen des Einzelnen sind essentiell. Ein ehrlich gemeintes „Wie geht es dir“ wird vielleicht beim ersten Treffen noch nicht ehrlich beantwortet, aber wenn das Vertrauen hergestellt ist, könnte das schon die wichtigste Frage sein! Nur zu oft ist es die Atmosphäre, das Verhältnis zur Führungsfigur. Allein in Deutschland stieg 2021 die Zahl der Freiberufler innerhalb eines Jahres von rund 1,5 auf 5 Millionen. Motto: „Ich arbeite lieber für mich und bin mein eigener Chef!“ Diese Entwicklung spricht nicht gerade für unsere Unternehmen.

Unternehmen haben nun die Wahl, sich entweder projektbezogene Freelancer ins Haus holen (die Guten sind rar und teuer) oder sie investieren in ihre Mitarbeiter, und zwar sofort! Marketingbudgets werden jährlich erhöht, um Kunden zu binden. Für Mitarbeiterbindung gibt es dagegen wenig. Ist es authentisch und echt, was dem Arbeit-





nehmer geboten wird, oder hat da mal jemand Wertefloskeln in die Eingangshalle gemalt, damit sie dort stehen?

Im Mittelpunkt der Mensch

Wir brauchen eine Kultur bei Führungskräften, Initiatoren und Vorbildern, die den Menschen im Blick haben. Führungskräfte haben vor allem den Job „Führung“. Diese Aufgabe braucht den nötigen Stellenwert. Gespräche sollen nicht ohne Grund erfolgen, um Motivationen und Herausforderungen, Sorgen und Bedenken herauszuarbeiten. Das

braucht das wirkliche Zuhören. Damit ist die Kommunikation ausschlaggebend in der Führung.

Es braucht im Unternehmen einen Fokus auf die Menschen. Nur die Kombination aus Menschenführung und betriebswirtschaftlicher Führung lässt am Ende die Rechnung aufgehen.

Apropos Generation Y und Z: Talente akzeptieren keine Kompromisse mehr! Die Arbeit an Führungskräften und dem Nachwuchs steht im Mittelpunkt. Holen Sie sich Verstärkung zur Reflexion und zur eigenen Entwicklung. Trainer, Mentoren und Coaches begleiten die Unternehmen gerne.



Bianca Schiffgens
www.dein-bizz.de

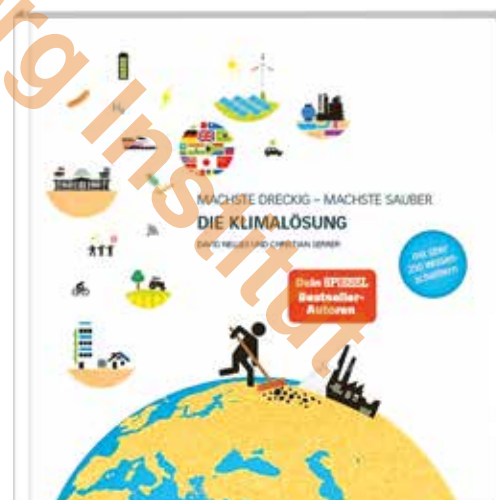
Machste dreckig, machste sauber

Die Klimalösung

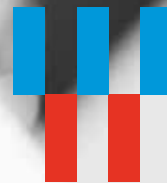
KlimaWandel David Nelles und Christian Serrer GbR (Hrsg.); 1. Auflage November 2021, ISBN 978-3981965018, 10,00 EUR

Das Buch ist eine Art pragmatischer Leitfaden zum Umgang mit dem Klimawandel. Im sehr handlichen Format gibt es eine Fülle an Informationen; dabei werden zahlreiche praktische Anleitungen gegeben, wie jeder Einzelne einen Beitrag leisten kann gegen den Klimawandel. Hier sind alle Aspekte wissenschaftlich fundiert; gleichwohl ist das Buch sehr verständlich geschrieben, kommt auf den Punkt, und es ist mit zahlreichen Illustrationen lesefreundlich gestaltet.

Alle Themen, die heute aktuell in der Diskussion sind, werden angesprochen wie beispielsweise Die Energie, die



Landwirtschaft, die Gesellschaft oder auch die Logistik. Ein sehr nützlicher Leitfaden und Begleiter beim Kampf gegen den Klimawandel.



NetCologne

IT kütte von uns.

Bei NetCologne ist mehr für Sie drin: Business-IT,
Internet und Telefonie aus einer Hand.

Thiemo Funke
Vertriebsspezialist
NetCologne IT Services
netcologne.de/itk

Uns verbindet mehr.



© DITEC Düsseldorf

Spezialinfrastruktur – dringend gebraucht, privat finanziert

LABORE FÜR BIOTECHNIK- UNTERNEHMEN

Es geht um den Bau von Labor- und Spezialinfrastruktur für die Biotechnologiebranche. Es ist ein gewichtiger Vorteil, wenn Laborimmobilien durch erfahrene Centermanager betreut werden, wie es im LifeScienceCenter Düsseldorf, im its Baesweiler, im BioCampus Cologne und RTZ Köln sowie im Creative Campus Monheim der Fall ist. Sowohl die Ausstattung, das Netzwerk der Mieter, und die Erfahrung mit allen Belangen der Branche bieten jungen Gründern und Start-ups als auch wachsenden Unternehmen viele Vorteile.

Problematisch ist, dass in den vergangenen Jahren nur in die Labore im akademischen Kontext investiert wurde, während die Flächen für die wirtschaftliche Nutzung „vollvermietet“ sind. Die intensive Kommunikation hat inzwischen bisher unbeteiligte Eigentümer wachgerüttelt. Immer mehr Interessenten melden sich in der BioRiver-Geschäftsstelle und benennen Immobilien, die sich vielleicht für ein neues Laborgebäude nutzen ließen. Welche Punkte werden diskutiert?

Der Bedarf ist riesig

Alle Branchenkenner erwarten, dass sich die positive, starke Dynamik der Biotechbranche fortsetzt. Die Nachfrage nach Laborflächen entsteht aus mehreren unterschiedlichen Richtungen. Bedarf an geeigneter Infrastruktur besteht heute schon bei den expandierenden Unternehmen und bei der wachsenden Zahl von Biotech-Gründungen.

Gut aufgestellte Startups haben aktuell besonders gute Perspektiven auf große Finanzierungsrunden, die ein dynamisches Wachstum nach sich ziehen. Interesse an Räumlichkeiten haben selbstverständlich auch die Firmen, die sich aus dem In- und Ausland ansiedeln wollen. Zusätzlich ist die Biotechnologie eine Industrie, die alte Technologien und Produkte durch nachhaltigere ersetzen kann („Biologisierung der Wirtschaft“). Diese Substitution in den Feldern Gesundheit, Ernährung, Energie, Rohstoffe, Umwelt, bringt weiteres Wachstum der Branche an Spezialflächen mit sich. Klimawandel, Umweltverschmutzung, Rohstoffknappheit sowie neue Ernährungsmodelle sind u.a. Treiber dieser Entwicklung. Den Bedarf der Branche näherungsweise vorauszusagen und in die benötigte Infrastruktur zu übersetzen, ist für Immobilieninvestoren ohne Branchenerfahrung unmöglich.

Flexibilität versus Mietdauer

Anders als in einem Büropark, in dem jedes Unternehmen dieselbe Form der Erweiterung, nämlich mehr Büros, benötigt, sind die Bedarfe der Life Science und Biotech Startups nach dem Start an der ersten Laborbank schnell sehr unterschiedlich, sowohl in der Art als auch in der Fläche. Die Biotechnik-Startups befinden sich in der Entwicklung ihrer Technologie und sind häufig bis zur nächsten Finanzierungsrunde, nach in der Regel 2-3 Jahren, an Investoren gebunden. In dieser Phase ist ein längerer Mietvertrag gar nicht möglich.

Dazu kommt, dass die Dynamik in Startups sehr verschieden ist, abhängig vom Geschäftsmodell, von der Technologie, der Finanzierung, dem Team. Es ist nicht vorauszusehen, wie schnell ein Startup wächst, und größere Flächen benötigt, die idealerweise in der Nachbarschaft zur Verfügung stehen sollten.

Dezentrale Immobilien

Internationale Mitarbeiter und junge Fachkräfte, die in den Biotechnik-Unternehmen gebraucht werden, wohnen und arbeiten bevorzugt in den Metropolen, sodass Firmen, die sich außerhalb ansiedeln, sich schwerer tun, qualifizierte Arbeitskräfte zu gewinnen. Das wird zur Aufgabe für die Vermieter der dezentralen Labore, eine enge Vernetzung mit den Universitäten und Hochschulen zu suchen, um die Vorteile zu spiegeln und einen konstanten Bedarf an Flächen durch Startups zu entwickeln.

Während in den Städten eine Vielzahl von Unterstützungsangeboten für Gründer bestehen, können dezentrale Immobilien durch eine familiäre, lebhafte und unterstützenden

de Community punkten. Insgesamt ziehen entwickelte und wachsende Biotechnik-Unternehmen ungerne um. Der Arbeitsweg der Mitarbeiter ist das Hauptargument dagegen.

Sicherheit durch Ankermieter

Diese Abneigung der Unternehmen, umzuziehen, macht es anspruchsvoller, etablierte Firmen als Ankermieter für eine neue Laborimmobilie zu gewinnen. Gleichzeitig bringen die Ankermieter nicht nur verlässliche, langfristige Einnahmen als Grundstock der Immobilienfinanzierung; vielmehr stellen sie, wenn sie thematisch passen, ein wichtiges Argument für Startups und prosperierende KMUs dar, genau diesen Standort zu suchen. In der Biotech-Branche ist Kooperation ein essentielles Hilfsmittel für das eigene Wachstum, und der Austausch mit Kollegen aus anderen Unternehmen, ein wesentliches Argument, diese Adresse zu wählen und nicht eine andere.



Dr. Frauke Hangen
www.bioriver.de

Firma	cobri - the commercial bridge	Dr. Forstmeier Health Care Consulting	Dr. Thomas Christoph - Translational R&D	ODICON GmbH	RhVh Rheinisches Versicherungskontor e. K.
					
Gründungsjahr	2015	2012	2018	2021	2008
Mission des Unternehmens	Business Development für Unternehmen, Team-Leader-Trainings, Coaching	A) Strategisches Marketing für Startups B) Market Access hauptsächlich Medikamente nach dem AMNOG Gesetz	Diskussion von Strategien zur Arzneimittelentwicklung (Translatierbarkeit vom Reagenzglas über das Tier zum Menschen)	Aufbau von Supply Chains, Markterschließung, Unterstützung bei Expansionen	Analyse des Versicherungsbedarfs von Life Science Unternehmen, auch für klinische Studien
Internetadresse	www.co-bri.com	www.forstmeier-consulting.com	www.t-christoph.de	www.odicon.de (im Aufbau)	www.medizinische-forschung.info
Kontakt	Silke Schneegans silke.schneegans@co-bri.com	Dr. Leonhard Forstmeier lff@forstmeier-consulting.com	Dr. Thomas Christoph info@t-christoph.de	Dr.-Ing. Oliver Dick info@odicon.de	Marcus Rexfort mail@rhvk.info

Unternehmensberatung
und -Services im BioRiver e.V.

Interview mit Dr. Oliver Schacht, Vorstandsvorsitzender des Biotechnologie-Branchenverbandes BIO Deutschland.

Biotechnologie in Zeiten von Corona

Wir berichten im RheinZeiger schon seit vielen Jahren auch über Biotechnologie. Die Branche hat sich gerade in den letzten Jahren stark entwickelt, mehr als 700 Unternehmen sind hier engagiert. Dies lässt sich in den Jahresberichten von BIO Deutschland ebenso nachlesen wie etwa im jährlichen Deutschen Biotechnologiereport von Ernst & Young. Bei den Umsätzen wurden in den letzten Jahren immer wieder Rekordergebnisse erzielt. In der Corona-Pandemie war Biotechnologie „plötzlich“ sehr gefragt. Die Stadt Mainz freut sich heute sehr, dass Biontech mit der Entwicklung eines Impfstoffs so erfolgreich war. Doch haben alle Biotechnologie-Unternehmen von Corona profitiert? Wo steht die Branche und wie sind die Aussichten für die kommenden Jahre? Wir sprachen darüber mit dem Vorstandsvorsitzenden des Branchenverbandes BIO Deutschland, Dr. Oliver Schacht.

RheinZeiger: Wir sind jetzt im dritten Jahr der Corona-Pandemie. Wie hat sich die Krise bisher auf die Biotechnologie-Branche ausgewirkt?

Dr. Oliver Schacht: Die Biotechnologie-Branche hat in der Pandemie beeindruckend zeigen können, wie systemrelevant sie ist. PCR- und Antigen-Tests, Impfstoffe und Antikörper-Therapien, alles wurde in großer Geschwindigkeit entwickelt und zum Wohle der Gesellschaft zur Verfügung gestellt. Das mediale Interesse an der Biotechnologie und unseren Unternehmen ist schlagartig gewachsen. Die allgemeine Öffentlichkeit nimmt die Begriffe mRNA, PCR und Antigen jetzt ganz selbstverständlich in den Mund. Und das Bewusstsein der Politik für das Potenzial der Biotechnologie wurde ebenso geschärft, zumindest was den medizinischen Bereich angeht. Der Koalitionsvertrag der Ampel-Regierung nennt an mehreren Stellen die Biotechnologie, das hat es so früher nicht gegeben. Die Pandemie hat die Branche ins Rampenlicht katapultiert. Trotzdem hätten wir natürlich sehr gerne auf die Pandemie verzichtet.

Lässt sich dieser Boost auch den Geschäftszahlen ansehen?

Im Jahr 2020 stiegen Umsätze (+36%) und Investitionen in Forschung und Entwicklung (+37%) sowie die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (+10%) kräftig. Wir führen dieses starke Wachstum u. a. auf diejenigen Unternehmen zurück, die in der Pandemie-Bekämpfung aktiv waren und sind. Die Gesamtzahl der Unternehmen hat sich 2020 allerdings kaum verändert. Für das Jahr 2021 haben wir jetzt noch keine belastbaren Daten. Wir gehen aber davon aus,

dass das Wachstum weiter anhält. Auch die Finanzierung der Branche hatte 2020 – besonders getrieben durch die Impfstoffentwickler – mit 3 Milliarden Euro alle bisherigen Rekorde weit übertroffen. Im Jahr 2021 gelang es den Unternehmen rund 2,3 Mrd. Euro einzuwerben, zwar deutlich weniger als noch 2020, aber im Vergleich zu den Jahren vor der Pandemie immer noch sehr viel und das zweitbeste Jahr.

Sehen Sie vor allem positive Auswirkungen auf die Branche oder gab es auch Unternehmen, denen die Pandemie zu schaffen macht?

Es gab natürlich auch Probleme für unsere Mitgliedsunternehmen wie für viele andere Betriebe auch, z. B. geschlossene Kitas und Schulen, Home Office, Lieferengpässe, Produk-



© Grafik: BIO Deutschland

tionsprobleme etc. Es gab aber auch branchenspezifische Herausforderungen. So mussten klinische Studien verschoben werden bzw. wurden im Ablauf gestört, da z. B. Ressourcen in die Prüfung von Impfstoffen umgeleitet wurden. Alljährlich zum Jahreswechsel führen wir unsere Trendumfrage durch, um einen Eindruck über die Stimmung in der Branche zu bekommen. Wir fragen z. B. nach der Einschätzung zur aktuellen und zukünftigen Geschäftslage. Um den Einfluss der Pandemie besser einordnen zu können, haben wir diese Trendumfrage in den letzten zwei Jahren um Fragen zur Pandemie erweitert. 2021 gaben 64% der Befragten an, dass Ihre Geschäftslage gut sei, fünf Prozent mehr als noch 2020 zu Beginn der Krise. Insgesamt antworteten letztes Jahr 33%, dass die Pandemie einen Einfluss auf die Geschäftslage habe, 2020 sagten das noch 40%. Der Einfluss der Pandemie auf die Geschäftslage nimmt also wieder ab.

Gehen Sie davon aus, dass der Boost für die Biotechnik-Branche Bestand hat?

Nach zwei intensiven Jahren für die Branche, mit vielen emotionalen "ups and downs" haben wir den Eindruck, dass die Politik die Bedeutung und das Potenzial der Biotechnologie inzwischen verstanden hat. Allerdings vermischen wir im Moment noch den Willen, wirklich bald etwas substantiell zu verändern, damit mehr Unternehmen gegründet werden und diese Unternehmen auch wachsen können. Im Koalitionsvertrag der Ampel-Regierung steht vielversprechend aber auch etwas vage, dass „Deutschland die Chance hat, zum international führenden Biotechnologie-Standort zu werden“. Das ist natürlich richtig, aber dafür brauchen wir auch den politischen Willen, Mut und entsprechende Umsetzung in verbesserte Rahmenbedingungen. Dafür sehe ich aber im Moment noch recht wenig Anzeichen. Auch unsere Unternehmen sind verhalten, wenn es um die Einschätzung des zukünftigen politischen Klimas geht. Diese Frage hatten wir ebenfalls in unserer Trendumfrage gestellt. Für das Jahr 2021 hatte sich die Einschätzung des erwarteten politischen Klimas im Vergleich zum Vorjahr stark verbessert. Für das Jahr 2022 war keine weitere Verbesserung mehr zu sehen, obwohl ein Regierungswechsel stattgefunden hatte.

Was wünscht sich Ihr Verband von der Politik für die nächsten vier Jahre?

Wir haben schon oft gefordert, dass die Biotechnologie zur Chefsache erklärt wird. Die Biotechnologie gehört auf die Tagesordnung der Politik, ein breiter öffentlicher Dialog über diese Schlüsseltechnologie sollte jetzt gestartet werden. Wir müssen außerdem unseren Biotech-Standort stärken. In der Pandemie haben wir gesehen, wie abhängig wir in Europa von weit entfernten Produktionsstandorten sind.

Wir sollten nun alles daran setzen, die Produktion hochwertiger biologischer Arzneimittel am Standort zu halten und auszubauen. Außerdem müssen wir Rahmenbedingungen schaffen, die es unseren Unternehmen ermöglichen hier in Deutschland und Europa ausreichend Kapital für Forschung und Entwicklung und das Scale-up und Kommerzialisierung einzuwerben.

Zudem kann die Biotechnologie viel mehr bieten, als nur Infektionsschutz oder Arzneimittel. Wir bieten Lösungen für die nachhaltige industrielle Produktion und können innovative Produkte liefern, die nachhaltiger sind als herkömmliche, z. B. bei Verpackungen oder Biokraftstoffen. Auch beim Thema Klimawandel und Energiewende wird es langfristig nicht ohne Biotechnologie gehen. Wir haben Bioökonomie-Strategien für Deutschland und Europa, wir hatten gerade zwei Jahre Wissenschaftsjahr Bioökonomie, das richtungsweisende „Cologne Paper“ zur wissensbasierten Bioökonomie wird dieses Jahr 15 Jahre alt. Dennoch verbindet die Allgemeinheit mit der Bioökonomie immer noch relativ wenig. Hier ist noch viel Aufklärungsarbeit nötig.



Dr. Oliver Schacht
www.biodeutschland.org

© Curetis GmbH / Aurelie Nassal

LAST CALL

Biotechnologie

Was haben Vanilleeis und Coronaimpfstoff gemeinsam? Es ist die Biotechnologie, eine zukunftsweisende Querschnittstechnologie. Wir durften es beispielsweise bei der Entwicklung des Corona-Impfstoffs erleben. Biotechnologie nutzt die vielfältigen Möglichkeiten der Natur und ist außer in der Medizin auch in der Ernährung, in der Landwirtschaft oder bei industriellen Produktionen hilfreich. Gerade eben erschien eine Studie dazu von acatech, der deutschen Akademie der Technikwissenschaften. Auf deren Website steht die Studie zum Download bereit.

www.acatech.de

Der Bundesverband der Technologiezentren in 2022

Neues aus dem BVIZ

Screenshot der Website www.innovationszentren.de

Der Bundesverband der Innovations-, Technologie- und Gründerzentren (BVIZ) fördert den Technologietransfer und Innovationen durch Unterstützung von Unternehmensgründungen und Unternehmensentwicklungen. Zu diesem Zweck unterhält der BVIZ auch eine Reihe von Arbeitsgruppen, die sich mit verschiedenen Themen befassen. Dazu gehören auch die AG BioParks und die AG Green Economy.

Deutsche Biotechnologietage 2022 in Hamburg

Die Deutschen Biotechnologietage (DBT) 2022 finden am **4. und 5. Mai in Hamburg** statt. Die Veranstaltung gilt als nationales Forum für die deutsche Biotechnologie-Branche, beim dem sich Unternehmerinnen und Unternehmer mit Wissenschaftlern und Partnern aus Politik, Förderinstitutionen und Verwaltung austauschen. Die Deutschen Biotechnologietage werden von BIO Deutschland und dem Arbeitskreis der deutschen BioRegionen ausgerichtet. Gastgebende Region ist 2022 die Life Science Nord aus Hamburg. Die Arbeitsgruppe BioParks des BVIZ wird auch in diesem Jahr wieder mit einem Gemeinschaftsstand auf den Biotechnologietagen vertreten sein.



Jahreskonferenz des BVIZ in Potsdam



Die Jahreskonferenz 2022 des BVIZ und die Mitgliederversammlung finden vom 25. bis 27. September in Potsdam statt. Gastgeber ist in diesem Jahr die Standortmanagement Golm GmbH mit Sitz im Potsdam Science Park. Die Konferenz selbst findet im Fraunhofer-Konferenzzentrum in Potsdam statt. Neben dem wichtigen Networking werden Themen aus der alltäglichen Arbeit der Zentren diskutiert. Da

werden neue Strategien zu den Veränderungen in der Gründerszene ebenso diskutiert wie zukunftsorientierte Entwicklungen bei den Zentren selbst. Und auch in diesem Jahr wird sicher die Corona-Pandemie noch einmal zu den Themen gehören.

Green Startup Monitor 2022

Ein großes Thema für die AG Green Economy (Sitzung am 25.04.2022) ist der Green Startup Monitor 2022. Gerade auch die „grünen Startups“ bringen mit ihren Innovationen die Transformation der Deutschen Wirtschaft voran. Bioökonomie und Nachhaltigkeit gehören inzwischen deutlich zum Alltag, und so entwickelt sich das „grüne Startup-Ökosystem“ derzeit dynamisch. Gerade wurde der Green Startup Monitor publiziert, der unter anderem darlegt, wie bedeutsam jetzt die Förderung von Innovationen zur Bekämpfung des Klimawandels geworden ist. Da zeigt sich, dass der Europäische Nachhaltigkeitsfonds zum richtigen Zeitpunkt kommt. Der Green Startup Monitor 2022 kann auf der Website des Borderstep-Institutes (www.borderstep.de) kostenfrei heruntergeladen werden.



Welche Fördermittel sind für Kölner Startups besonders attraktiv? Und welche eignen sich für wen? Bei diesen fünf wichtigen Programmen unterstützt das Startercenter der KölnBusiness Wirtschaftsförderung Interessent*innen kostenlos.

KölnBusiness berät Startups zu diesen Förderprogrammen

■ Gründerstipendium

Für das Gründerstipendium NRW müssen Gründer ein Ideenpapier einsenden und dieses zehn Minuten lang einer Jury vorstellen. Bei Bewilligung kann das Stipendium beispielsweise einem jungen Team für die allererste Aufbauphase den Lebensunterhalt sichern. Pro Gründer sind ein Jahr lang monatlich jeweils 1.000 Euro drin, außerdem können Startups in dieser Zeit ein spezielles Coaching beanspruchen.

Viele Infos und FAQ zum Thema findest du auf: www.koeln.business/gruenderstipendium

■ Beratungskostenzuschuss

■ Beratungsprogramm Wirtschaft NRW

Das Beratungsprogramm Wirtschaft NRW richtet sich an Unternehmensgründer*innen und Freiberufler*innen. Das Land will damit Beratungen zur Entwicklung, Prüfung und Umsetzung von Gründungskonzepten vor der Realisierung fördern. Der Zuschuss liegt in der Regel bei 50 Prozent des Tagessatzes für die Beratung und höchstens je 400 Euro für maximal vier Beratertage. Bei Geschäftsübernahmen können bis zu 6 Tage gefördert werden.

■ Programm „Unternehmerisches Knowhow“

An kleine und mittlere Unternehmen nach der Gründung richtet sich das Programm „Unternehmerisches Knowhow“, das ebenfalls Beratungsleistungen bezuschusst und über das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle abgewickelt wird. Junge Unternehmen, die nicht länger als zwei Jahre am Markt sind, können bis zu 2.000 Euro Zuschuss erhalten. Für die Beantragung kann ein vorausgehendes Infogespräch Bedingung sein. Für Bestandsunternehmen ab dem 3. Jahr kann es 1.500 Euro geben und für Unternehmen in Schwierigkeiten 2.700 Euro.

■ Gründungszuschuss

Mit dem Gründungszuschuss der Agentur für Arbeit sollen gezielt Arbeitslose gefördert werden, die sich selbstständig machen wollen. Der Zuschuss liegt in der Höhe des Arbeitslosengeldes plus einer Zulage für die Sozialversicherung und wird meist für sechs Monate gewährt.

■ Mikrodarlehen

Das Mikrodarlehen ist für Startups vor der Gründung gedacht, die noch keine finanziellen Verpflichtungen eingegangen sind. Wenn sie das Mikrodarlehen für eine Geschäftserweiterung oder Festigung beantragen, müssen sie Geschäftszahlen der ersten 12 Monate vorlegen. Das Mikrodarlehen ist auf 50.000 Euro beschränkt.

Du hast Interesse an einem dieser Fördermittel?
Lass dich vom Startercenter von KölnBusiness beraten!
Alle Infos zu unseren Services:

www.koeln.business/services/gruenden



Neues aus Kölner Technologiezentren

Mittelstand-Digital Zentrum Rheinland jetzt im RTZ Köln

Das neu gegründete Mittelstand-Digital Zentrum Rheinland nahm Anfang 2022 seine Arbeit im Rechtsrheinischen Technologie- und Gründerzentrum Köln (RTZ) auf. Das Mittelstand-Digital Netzwerk bietet mit seinen Zentren, der Initiative IT-Sicherheit in der Wirtschaft & Digital umfassende Unterstützung bei der Digitalisierung. Kleine und mittlere Unternehmen profitieren von konkreten Praxisbeispielen und passgenauen, anbieterneutralen Angeboten zur Qualifikation und IT-Sicherheit. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz ermöglicht die kostenfreie Nutzung und stellt finanzielle Zuschüsse bereit.

Getragen wird das Projekt durch die regionalen Konsortialpartner Technische Hochschule Köln, Digital Hub Cologne, European 4.0 Transformation Center und die beiden Institute Informationsmanagement im Maschinenbau (IMA) und Werk-



Quelle: Mittelstand-Digital Zentrum Rheinland

zeugmaschinenlabor (WZL) der RWTH Aachen. Die offizielle Einweihung der Geschäftsstelle im RTZ fand im März 2022 statt.

Weitere Informationen:

www.mittelstand-digital-rheinland.de

BluCon Biotech erhält Förderung des Bundeswirtschaftsministeriums

Die auf dem BioCampus Cologne ansässige BluCon Biotech GmbH hat im November 2021 einen Zuwendungsbescheid über etwa eine Million Euro vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi; heute BMWK) erhalten. Die Förderung wird für die Skalierung der proprietären Fermentationstechnologie des Unternehmens eingesetzt, die aus landwirtschaftlichen Reststoffen wie Stroh eine Vorstu-

fe des Bio-Kunststoffs Polymilchsäure (PLA) herstellt. Die von BluCon Biotech entwickelte, weltweit einzigartige und hochinnovative Technologie bietet gegenüber den bisher verfügbaren Fermentationsverfahren für L-Milchsäure aus Zuckerrüben, Zuckerrohr oder Mais den entscheidenden Vorteil, dass keine Lebensmittel als Rohstoffe verwendet werden.



Quelle: BluCon Biotech GmbH

Die Unterstützung des BMWi ermöglicht es BluCon Biotech, die im Labormaßstab bereits validierten Versuche zur fermentativen Umwandlung von zellulosehaltigen Rohstoffen in den Pilotmaßstab zu überführen – auf eine Bioreaktorgröße von bis zu zehn Kubikmetern – und so die Industrialisierung dieses innovativen und nachhaltigen Verfahrens zu realisieren. Im Rahmen eines Besuchs auf dem BioCampus Cologne übergab Staatssekretärin Elisabeth Winkelmeier-Becker unter Einhaltung strenger Corona-2G+-Regeln den beiden BluCon Geschäftsführern Dr. Albrecht Läufer und Markus Fehr den Zuwendungsbescheid.

Mehr Informationen: www.blucon-biotech.com

Singleron Biotechnologies und die Uniklinik Köln kooperieren

Die IHK Köln öffnete am 18. November 2021 ihre Tore für das Event „Transfer – Einfach machen“, eine Informations- und Netzwerkveranstaltung, in der mehrere Transferprojekte zwischen Unternehmen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen vorgestellt wurden. Im Anschluss zu den spannenden Vorträgen gab es die Möglichkeit zum intensiven Austausch mit den beteiligten Institutionen und Unternehmen. Ganz vorn mit dabei: Die im RTZ ansässige Singleron Biotechnologies und einer der Netzwerkpartner des RTZ, die Universitätsklinik Köln.

Singleron Biotechnologies und die Universitätsklinik Köln sind seit 2 Jahren Kollaborationspartner und analysieren zusammen Tumorgewebe und Tiermodelle mit Mitteln der innovativen Einzelzellensequenzierung (Single Cell Sequencing), um neue Biomarker für Diagnose und Therapie zu identifizieren.

Die Universitätsklinik Köln wurde vertreten durch Prof. Dr. Margarete Odenthal, Translationale Molekular Diagnostik

im Pathologie-Zentrum für Molekulare Medizin. Singleron Biotechnologies wurde vertreten durch Dr. Ulla Deutsch. Im Jahre 2018 in USA & China sowie 2021 in Köln gegründet, mit über 400 Mitarbeiter*innen weltweit – davon 25 im RTZ – ist Singleron Biotechnologies eines der am schnellsten wachsenden Unternehmen im RTZ.



Quelle: BioCampus Cologne

AXOLOTL zu Gast auf dem BioCampus

Am 28. Oktober 2021 fanden die Jurysitzung und die anschließende Preisverleihung des Businessplan-Wettbewerbs AXOLOTL German Med & Health auf dem BioCampus Cologne statt. Mithilfe eines umfassenden Hygienekonzeptes in Bezug auf die Corona-Pandemie war mal wieder intensives Netzwerken vor Ort möglich. BioCampus-Geschäftsführer André van Hall freute sich über das Event: „Viele gute alte Bekannte und viele neue Gesichter im regen Austausch, vor allem aber zahlreiche spannenden Geschäftsideen: Axolotl bietet wirklich eine hervor-

ragende Plattform für die Weiterentwicklung von Healthcare-Startups.“

Der branchenspezifische Businessplan Wettbewerb war in diesem Jahr besonders beliebt: 48 Teams aus 11 Bundesländern haben sich angemeldet, um innerhalb von sechs Monaten durch umfangreiche Betreuung in Form von Qualifizierungsseminaren sowie einem Mentoringprogramm einen tragfähigen Businessplan zu entwickeln. In der zweiten Phase des Wettbewerbs wurden 10 Teams durch ein Gutachtergremium ermittelt, die dann in Köln vor der interdisziplinären Jury, bestehend aus Expertinnen und Experten der Gesundheitswirtschaft ihre Geschäftsidee in einem 7-minütigen Pitch präsentierten.



Die drei Gewinner des diesjährigen AXOLOTL Businessplan-Wettbewerbs wurden abschließend prämiert: Der erste Platz ging an PRAMOMOLECULAR. Das Start-up INVITRIS belegte den zweiten Platz. Platz drei ging schließlich an die ANAMOS GmbH. Ein rundum gelungenes Event, welches auch in diesem Jahr eine Wiederauflage in Köln erfährt.

Quelle: pro Ruhrgebiet e.V.

DANIEL WEINER / CHRISTIAN GASCHLER

ENTREPRENEURSHIT

Wahres Unternehmertum – Ideen, Denkanstöße ... und FuckUps, die du nicht auf Gründerszene liest

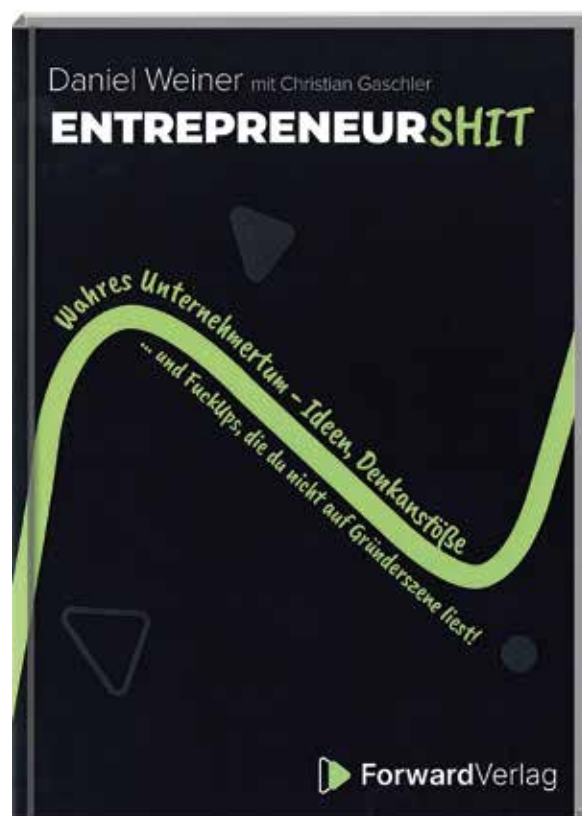
Der Untertitel dieses Buches verrät ein wenig über den Inhalt. Träumen wir nicht alle ein wenig, Unternehmerin oder Unternehmer zu sein, das eigene Ding zu machen? Da ist man Chef, das Unternehmen hat Ansehen, und viele reden darüber. Und vielleicht gibt es auch ein anständiges Einkommen.

Gründung braucht aber auch Mut und Engagement. Nicht immer läuft dabei alles so ab, wie man es sich wünscht. Da gibt es Rückschläge, da tritt man in Fettnäpfchen, da tauchen schier unüberwindliche Hürden auf. Ich habe viele Gründer begleitet, so manche musste ich zuerst einmal wieder aufbauen. Wie häufig kamen sie zu mir, gestanden, dass sie einen Fehler gemacht haben.

Ja, auch das alles ist Unternehmertum – und das ist gut so. Fehler sind erlaubt. Nur zwei Dinge dazu: Fehler möglichst so gut es geht „unter Kontrolle halten“, und cool bleiben. Das sagt sich vielleicht leichter als es ist. Aber dies steht fest: Durch Fehler lernt man unglaublich viel. Und dieses Lernen ist der erste Schritt zum erfolgreichen Unternehmen.

In diesem Buch werden vermutlich wirklich alle Aspekte des Unternehmertums beschrieben, die schönen, die lustigen, die harten, die blöden. Und am Ende auch die Aspekte, die das „Abenteuer Gründung“ so lohnenswert machen. Manche mögen dieses Buch nicht zwingend als Leitfaden für Unternehmertum betrachten. Dieses Buch ist aber zunächst einmal ein ehrliches Buch. Und es ist ein wirklich wertvoller Begleiter für ein Wagnis Gründung und darüber hinaus. Und weil es alle Aspekte behandelt, weist es immer wieder den Weg.

Fazit: Dieses Buch ist hilfreich für jede Situation im unternehmerischen Alltag. Es ist kurzweilig geschrieben und macht Gründung zu einem positiven Erlebnis. Empfehlenswert!



DANIEL WEINER MIT CHRISTIAN GASCHLER
ENTREPRENEURSHIT
 Forward Verlag Paderborn
 ISBN: 978-3-947506-69-9
 Softcover, 14,7 x 21,0 cm, 254 Seiten
 3. Auflage Mai 2021

LAST CALL

Bioökonomie

Die Bioökonomie kommt in Fahrt. Zehn Jahre nach der Verabschiedung der Europäischen Bioökonomie-Strategie entwickeln sich mehr und mehr Aktivitäten, viele Startups werden gegründet. Hier sei auf das Interview mit dem Geschäftsführer des Europäischen Nachhaltigkeitsfonds oder den Projektbericht zu „Treibhaus“ in dieser RheinZeiger-Ausgabe hingewiesen. Das Thema wird ausführlich im Portal rheinzeiger.de behandelt. Die Broschüre „Green Deal der Europäischen Union – Anspruchsvolle Agenda für Wirtschaft und Politik“ des DIHK steht im RheinZeiger-Portal (Alle RZ + Infos) zum Download bereit.

www.rheinzeiger.de

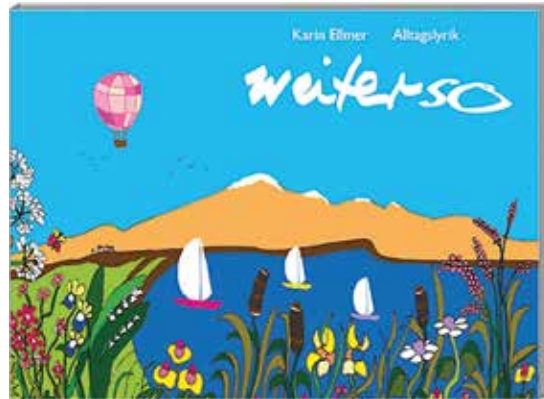
KARIN ELLMER

WEITERSO

Das erste Buch von Karin Ellmer, „nurso - Alltagslyrik“) haben wir vor einiger Zeit hier vorgestellt. Mit ihrem Gedicht „beim metzger“ nahm sie beim Goldstaubwettbewerb teil - und gewann den ersten Preis. Gratulation!

Nun, da die erste Auflage von „nurso“ fast ausverkauft ist, kommt pünktlich der neue Gedichtband.

Von vielen wurde er schon erwartet. Nun folgt der nächste Band mit neuen Geschichten und Gedichten aus dem Alltag. Wie geht es euch mit einem Termin beim Zahnarzt? Kennt ihr die Whippets? Und was macht ein Waldspaziergang mit uns? Wieder darf weitergedacht, geschmunzelt oder genickt werden. Bei einer Geschichte konnte sich die Autorin nicht entscheiden und hat kurzerhand beide Versionen in das Büchlein aufgenommen.



KARIN ELLMER

WEITERSO

Alltagslyrik

Verlag Edition Aumann, A7-24 Aumann GmbH Coburg

ISBN: 978-3-95626-071-1

Taschenbuch, 64 Seiten, 27 Abbildungen,

1. Auflage März 2022

9,80 EUR

UNSER BUCHTIPP

Wir machen den Weg frei.

volksbank-koeln-bonn.de

MUUZEPUCKEL*

Ist erst dann zufrieden, wenn er Start-ups zu einer guten Finanzierung verhelfen konnte.

* Griesgrämige Person.

Die Volksbank Köln Bonn ist lokal fest verankert – und das ist auch gut so! Unsere rheinische Mentalität steckt tief in unserer DNA und in der unserer Mitarbeiter: herzlich, pragmatisch und direkt, manchmal ein bisschen verrückt, aber immer liebenswert – und stets offen für die Wünsche und Anliegen unserer Kunden. Kurz gesagt: Von Herzen rheinisch.

Mehr Infos auf
volksbank-koeln-bonn.de/von-herzen-rheinisch

Lebenslust und Freude im Alltag



Einsamkeit ist bei älteren Menschen ein weit verbreitetes Problem. Die Seniorenfreunde Köln bieten hier eine besondere Lösung an. Im Fokus stehen die ambulante Betreuung und die Erbringung von

Entlastungsleistungen. Dazu werden Gymnastik, Sturzprophylaxe, Gehirnjogging und Leistungen aus dem Heilmittelkatalog wie Physiotherapie angeboten.



Dabei arbeiten die Seniorenfreunde so digital wie möglich und dazu CO₂-neutral. Die Idee beruht im übrigen auch auf dem Wunsch, mehr Dankbarkeit für die ältere Generation zu zeigen; sie hat die Welt zum heutigen Wohlstand geführt.

Es geht um die Bekämpfung von Einsamkeit, Suizidalversuchen und Angststörungen oder auch um die Verlängerung der autonomen Unterbringung zu Hause bei Menschen mit Demenz. Denn jeder braucht mal ein offenes Ohr oder etwas Gesellschaft. Die Seniorenfreunde hören zu, unterstützen und unternehmen etwas.



Die Seniorenfreunde sind flexibel und gehen sehr individuell auf die Bedürfnisse der Klienten ein, fördern deren geistige und körperliche Gesundheit oder erfüllen ihnen letzte Reisewünsche. Vertrauen steht dabei im Mittelpunkt.



Das Unternehmen wächst, strebt ein Franchise-System an und hat den Verein „Senioren-Wohltat e.V.“ gegründet. Spenden sind selbstverständlich zur Unterstützung von Senioren in Altersarmut willkommen.

Die Vision der Gründer ist, dass sich mit den Seniorenfreunden ein bewährtes Betreuungs-Unternehmen im sozialen Bereich entwickelt. Das Ziel ist, ohne Anspruch auf Bereicherung Gutes zu erreichen für die Senioren-Gesellschaft. Die Herausforderung lautet: Weniger Nerven verlieren und mehr wirklich brauchbare Lösungen für die Seniorenbetreuung entwickeln.

Die Botschaft: „Fail Fast – Flexibilität, Freiheit und selbstbestimmtes Handeln sind der nezeitliche Luxus und zahlen weit mehr auf die innerliche Zufriedenheit ein als finanzieller Wohlstand.“



© alle Fotos: Seniorenfreunde

Abonnement für ein mitwachsendes Fotoalbum

Schöne Momente sollten in Erinnerung bleiben. Hier bieten Fotoalben eine gute Möglichkeit. Allerdings graut es den meisten schon beim Gedanken, sich durch die ganzen Fotos durchzuwühlen. Genau für dieses Problem hält *turtle moments* eine sehr praktische Lösung bereit: Man sammelt jeden Monat die wertvollsten und schönsten Momente auf hochwertigen Fotoseiten und füllt damit ein mitwachsendes Fotoalbum. Mit einer App werden die Seiten erstellt; sie kommen anschließend ganz bequem per Post nach Hause.

Monatlich erweiterbar & schnell gestaltet

turtle moments steht für eine komplett neue Art Erinnerungen festzuhalten. Kein Moment geht verloren, kein Fotoalbum muss aufwendig gestaltet werden. Da die Fotoseiten jeden Monat kontinuierlich erstellt werden, sind die Erlebnisse noch präsent und man hat die Fotos meist direkt parat. Auch dank einer Auswahl an verschiedenen Layoutoptionen in der App ist eine Fotoseite in unter 2 Minuten erstellt.



Für junge Familien und Alle, die viel erleben

Vor allem junge Eltern spricht das Konzept sehr stark an; sie können das Heranwachsen ihrer Kinder für sich selbst oder auch für die Großeltern ganz einfach festhalten. Aber auch viele andere möchten auch kleinere Erlebnisse wie Wochenendausflüge oder Geburtstagsfeiern festhalten und können dies mit dem turtle moments Album ganz einfach.



Ein Leben voller Erinnerungen

Der Name turtle moments ist eine Anspielung auf das hohe Alter der Schildkröten. Das ist auch unser Wunsch: ein langes Leben mit vielen schönen Erinnerungen. turtle moments ist frisch gegründet und schon sehr erfolgreich. Diese Idee trifft offenbar den Nerv der Zeit. Isabelle Weichsler verfolgt die Vision, turtle moments zum überregional bekanntesten mitwachsenden Fotoalbum aufzubauen.

turtle moments: **live. laugh. TURTLE. remember.**

www.turtle-moments.com

Alle Fotos ©: Isabelle Weichsler



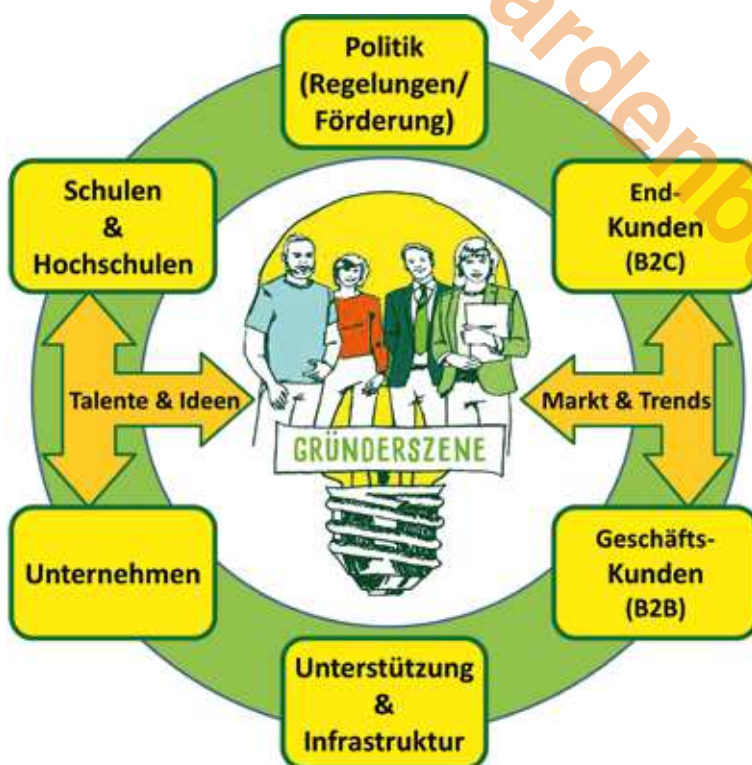
Perspektiven eines Gründerökosystems

Gründungscluster Köln

Köln ist schon seit vielen Jahren ein großer Gründerstandort. Nicht erst mit der Gründung des Gründer- und Innovationszentrums Köln im Oktober 1985 gab es Gründungsaktivitäten. Aber das GIZ bündelte erstmals viele dieser Aktivitäten. Diese bekamen einen neuen Schub mit der Eröffnung des Rechtsrheinischen Technologie- und Gründerzentrums Köln im September 1997. Bereits wenig mehr als ein Jahr später wurde sowohl das hochschulgründernetz cologne (hgnc) ins Leben gerufen als auch der Branchenverband BioCologne.

Es dauerte nur wenige Jahre, bis in Köln wohl einer der ersten Coworking Spaces in Europa gegründet wurde. Die Zahl dieser privat betriebenen Gründerzentren nahm schnell zu. Eine erste Übersicht dazu erschien 2016. In der Neuauflage dieses Buches 2018 wurden fast 70 Coworking Spaces gelistet, zu denen auch der „Gateway“ der Universität zu Köln zu zählen ist. Zu dieser Zeit hatte Köln fast 1.000 Startups vorzuzeigen. Parallel entwickelten sich viele Aktivitäten in der Startup-Szene in Köln. Schon in

Tatsächlich findet man in Köln ideale Rahmenbedingungen für rege Gründungsaktivitäten. Die Millionenmetropole verfügt über eine vielfältige Kultur und Wirtschaftsstruktur. In dieser Stadt finden sich 25 Hochschulen oder ähnliche Bildungseinrichtungen; die Zahl der Studierenden liegt über 100.000. An vielen der Hochschulen gibt es auch Gründungsaktivitäten. Und so ist Köln als „Startup-City“ seit Jahren aktiv und einer der größten Gründerhochburgen Deutschlands.



© Grafik: RKW Kompetenzzentrum/RheinZeiger

2018 erschien eine Publikation über die Entstehung des Gründerökosystems Köln. Das RKW Kompetenzzentrum publizierte 2019 einen Leitfaden zum Aufbau von Gründerökosystemen.

Verschiedene Hochschulen sind in Sachen besonders aktiv. Dazu gehört beispielsweise die Universität, die Sporthochschule, die Rheinische Fachhochschule und auch die Technische Hochschule (TH Köln). Sie wollen das Thema Entrepreneurship Education ganzheitlich und nachhaltig vorantreiben. Gerade Hochschulen können durch ihre Engagements in Lehre und Forschung eine zentrale Rolle spielen als Innovations- und Entrepreneurship-Hubs. Das weiß auch Prof. Dr. Kai Thürbach von der TH Köln: „Dabei ist die Vernetzung der Akteure im Gründungscluster entscheidend“. Die TH Köln hat eine eigene Strategie „Entrepreneurship Education und Existenzgründungen“ entwickelt. Im Verbund mit den anderen Hochschulen möchte Köln die Top-Adresse für Gründungen werden.

Um dies zu erreichen, wurde das Projekt „Fit for Invest“ ins Leben gerufen, mit Förderung durch das Bundeswirtschaftsministerium. In diesem Projekt gibt es Zusammenarbeit der genann-

ten Kölner Hochschulen mit dem hgnc. Ganz nach dem Muster eines Gründerökosystems soll das „Rheinland Valley“ zur führenden Startup-Region ausgebaut werden. In diesem regionalen Netzwerk sollen die – etwa in der



Rhein-Ruhr als Ganzes kommt direkt hinter Berlin. Aus unseren Beobachtungen können wir lernen, wie wichtig die Entwicklung eines Entrepreneurship-Clusters ist. Gründer zieht es dorthin, wo die Gründerszene schon aktiv ist. Investoren ebenfalls. Das Lebensgefühl spielt hier auch eine Rolle, und Köln ist eine multikulturelle Metropole. Dazu kommt die lange unternehmerische Tradition in dieser Stadt und das Potenzial des industriellen Umfeldes."

Thürbach freut sich auf die Aktivitäten in Köln: „Wir möchten, dass in Köln eine neue Gründerzeit anbricht. Und dazu leisten wir unseren Beitrag und bauen neue Netzwerke für ein modernes „Entrepreneurship Cluster“ in der Region Köln auf.“

Strategie der TH Köln – beschriebenen Aktivitäten vorangetrieben werden. Projekte wie StartUpLab oder Gateway (Physische Räume für Kreativität und Interdisziplinarität) sollen umgesetzt werden, hier gibt es eine Förderung durch das Land Nordrhein-Westfalen.

Bei der Frage nach der „führenden Region“ scheut man nicht den Vergleich zu anderen Regionen wie Berlin oder München. Thürbach: „Nordrhein-Westfalen hat schon heute die meisten Startups und die Metropolregion



Prof. Dr. Kai Thürbach
www.th-koeln.de





dreigruendereck

The good, the bad & the ugly of going all the way.

Alle Fotos und Grafiken: © dreigruendereck

Willkommen bei RHEINZEIGER meets dreigruendereck!

Wer ist das dreigruendereck eigentlich? Ein Kollektiv aus ambitionierten und erfahrenen Gründer:innen des Dreiländerecks Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz und Hessen. Was macht das dreigruendereck? Es bringt die Community aus Gründer:innen an einen Tisch und macht ihre vielfältigen Aktivitäten sichtbar. Warum macht das dreigruendereck das? Um Gründer:innen dabei zu bekräftigen, das Wichtigste zu meistern - ihr eigenes Ding! Wie macht das dreigruendereck das? Aktuell mithilfe eines Newsletters, Events, Social Media und nicht zuletzt einer Webseite, unter anderem inklusive eines Blogs. Unsere Vision ist es, Menschen mit dem Selbstvertrauen und dem Drang zu versorgen, genau das umzusetzen, was sie in ihrem innersten Kern ausmacht. Wenn Gründer:innen für das gesehen werden, was sie sind und was sie leisten, sowohl konkret als auch im Allgemeinen für die Gesellschaft, sinkt die Wahrscheinlichkeit aufzugeben, während der Erfolg für den Aufbau eines stabilen Unternehmens steigt.

Da Heinz Bettmann mit dem RheinZeiger ebenfalls die Sichtbarkeit und damit Wirkung von Entrepreneurship erhöhen will, sind wir ein kleine Zusammenarbeit eingegangen. Das Ergebnis hältst du in deinen Händen! Dieses Inlay ergänzt den RheinZeiger um Portraits - von Gründern, von einem Event und von einem Tool und reisst damit an, was wir wie machen. Wir hoffen, dich damit zu inspirieren und neugierig zu machen auf mehr - mehr Gründer:innen, mehr Events, mehr Tools, mehr Blog-Beiträge und vor allem mehr fruchtbare Verbindungen untereinander. Ob du gerade bei einem Problem festhängst oder einen Erfolg zu verzeichnen hast, you are not alone! Komm mit an unseren Tisch und lerne Menschen kennen, die auf beides Bock haben - Probleme lösen und Erfolge feiern. Wir sind wahnsinnig gespannt und freuen uns auf dich!

Aber nun erst einmal zu dem, was glücklicherweise in genau deine Hände geraten ist! Schau dir in dieser Ausgabe an, wie die zwei portraitierten Gründer mit

Problemen und Erfolgen umgehen und inwiefern das eine das andere bedingt oder gar begünstigt. Lass dich entführen: in die Welt der Startup SAFARI und Notion und all around dazu animieren, auszuprobieren, mitzumachen und und und! Wir wünschen dir viel Spaß beim Lesen und wünschen uns, von dir zu hören.



Und so kannst du uns finden:



@dreigruendereck



www.dreigruendereck.de



dreigruendereck

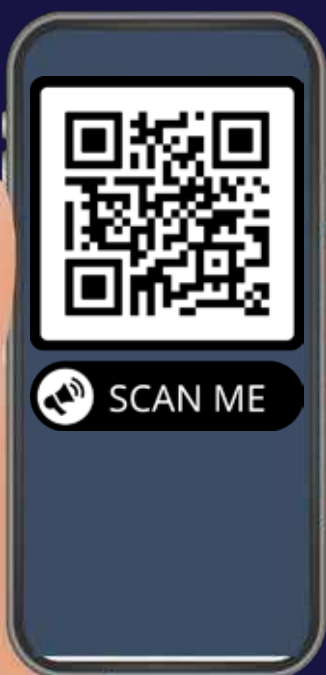
Wir würden dich gerne auf unserer Seite begrüßen, auch wenn wir Print mehr als charmant finden. Also besuch unsere Webseite oder unseren Instagram-Kanal, komm in unseren Discord oder melde dich zu unserem Newsletter an. Wir freuen uns auf ein Zeichen von dir!

WOW!
DAS ERSTE...

GRÜNDERINTERVIEW

Florian Nölling
Gründer @ Rocketlife

Scanne den Code mit
deinem Handy,
wenn du noch mehr
über Rocketlife
erfahren möchtest!



Für unser erstes Gründerinterview waren wir auf der Suche nach etwas Besonderem - einem Startup im Dreiländereck (NRW, HE, RP), das man in der hiesigen Gründerszene als Hidden Champion bezeichnen könnte. Glücklicherweise wurden wir fündig. Unsere erste Wahl war, ist und bleibt die Rocketlife GmbH. Sie beweist, dass sich faszinierende Gründer nicht nur im "Hotspot" Siegen zusammenrotten und dass man definitiv kein Akademiker sein muss, um ein oder sogar mehrere erfolgreiche Geschäftsmodelle umzusetzen. Die Rocketlife ist das Baby von (auch im Privatleben frischgebackenen) Papa Florian Nölling.

Der erste Schnee über uns und Sommerreifen unter uns - so machen wir uns auf den Weg zu Flo und Team nach Bad Berleburg. Voller Neugier auf die uns bisher unbekannten Menschen kommen wir an und werden herzlich empfangen. Das fix startende Interview entpuppt sich als Selbstläufer. Unsere Sorge über eventuelle Anlaufschwierigkeiten (schließlich befassen wir uns auch mit unangenehmen Erfahrungen) sind komplett unbegründet. Der CEO hat sich nicht wenige Gedanken dazu gemacht, was ihn alles an diesen, seinen Bürotisch gebracht hat. Auch während des Gesprächs selbst merkt jeder, wie umfassend

und tief er reflektiert. Wir sind sofort beeindruckt von seiner Offenheit.

Der 30-Jährige goes down memory lane, never a dull moment und wir dürfen dabei sein. Warum er überhaupt gegründet hat, ist unsere erste zentrale Frage. Die Antwort ist eine, die wir schon länger nicht mehr gehört haben. Flo wollte sich einen eigenen Beruf erschaffen. Realschule, Maler- & Lackiererlehre, Gesellenprüfung, Wechsel in die Metallindustrie - alles zieht er durch und doch stellt sich nirgendwo ein echtes professionelles Heimatgefühl ein. Während einer Nachtschicht fasst der damals 23-Jährige den Entschluss, sich selbstständig zu machen, mit einer Plattform, auf der family & friends ihre in Australien, Neuseeland (und anderen Identitätsfindungsstaaten) work & traveling Bekannten mit zollkonformen Care-Paketen aus Deutschland versorgen.

Zwei Investoren, ein kleines Team und vier Jahre später verkauft er monatlich 3.000 Wackeldackel per Amazon. In einem IHK-Kurs lernt er seinen jetzigen Rocketlife-Mitgesellschafter Michal kennen, der selbst über Jahre ein erfolgreiches Unternehmen geleitet hat und eine neue Herausforderung sucht. Die Gründungsidee zur Marke Chinchilla entsteht durch eine alltägliche

Erkenntnis. Erstmals allein lebend erschreckt es Flo, wie viel Müll er in seinem Junggesellenhaushalt produziert, jede Woche ein gelber Sack voll unnötigen Plastiks. Statt sich allein in seinem 30m²-Kämmerchen dafür zu schämen, packt er das Problem direkt näher am Schopf an. Nicht nur im Fernsehen soll ankommen, dass wir alle zu viel Müll verursachen, sondern vor allem und endlich auch im Einzelhandel selbst.

Das erste Produkt, das das Licht der Welt erblickt, ist vegane, kompostierbare Zahnseide im Fläschchen. Im ersten Monat verkaufen sich 2.000 davon - der gelungene Auftakt einer fantastischen Geschäftsidee, genau am plastikfreien Zahn der Zeit. Die Rocketlife GmbH schreibt sich auf die Fahne, Marken zu entwickeln und dieses Versprechen löst sie hervorragend ein. Chinchilla, ihre erste Marke, ist bei sage und schreibe 22 nachhaltigen Produkten in den Bereichen Küche und Bad "angekommen". Als Flo sagt, dass es für sein Team und ihn nichts Geileres gibt, als Produkte, die monatelang aus dem Office heraus entwickelt wurden, endlich in Handelsregalen zu sehen, hat jeder im offen konzipierten Büro ein dickes Grinsen im Gesicht. Ein wunderschöner, besonderer und fast schon intimer Moment, in dem man die harte Arbeit, den Stolz und das Zusammengehörigkeitsgefühl dieser Menschen spüren kann.

Der Weg zur Rocketlife war für Florian mit der ein oder anderen, teils schmerzhaften Lehre gepflastert. In die Wackeldackel-Timeline reiht sich auch der Verkauf von Wanddekohirschgeweihen ein. Diese bescherten Flo eine 13.000€-Abmahnung inklusive Klärung vor Gericht.



"DAS MUSSTE ALLES SO PASSIEREN.

WENN ICH MICH SEHEN WÜRD

DAMALS, WÜRD ICH EINFACH DIE

GANZE ZEIT NEBENHER LAUFEN

UND EINFACH ZUGUCKEN."

Im Endeffekt geht alles gut aus, nur wird leider verpasst, eines der Geweihe zu behalten und als Mahnung im Büro aufzuhängen. Weitere mal mehr und mal weniger amüsante Eckpunkte vor Gründung der Rocketlife GmbH sind der telefonische Vertragsabschluss über die Eintragung in ein vermeintliches Online-Firmenregister, ein 23h-Non-Stop-Drive nach Polen und zurück, um last minute bedruckte Regen-

schirme beim Hersteller abzuholen (inklusive Rückkehr zum Rauchen) und die überraschend holprige Beendigung des ersten Gründungsvorhabens.

Wie haben Flo diese Erfahrungen der "Gründerschule" verändert? Er hat ein dickeres Fell bekommen und kann eine erhöhte (immer noch gesunde) Risikobereitschaft vorweisen. Bei der Frage, was er seinem damaligen vor die Wand gefahrenen Ich sagen würde, grübelt er und wir bekommen das Gefühl, dass etwas Grandioses auf uns wartet: "Schau dir doch mal plastikfreie Produkte im Handel an!" ist die anfängliche Antwort, die in unserem Gelächter untergeht. "Das musste alles so passieren. Wenn ich mich sehen würde damals, würde ich einfach die ganze Zeit nebenher laufen und einfach zugucken."

Als wir uns verabschieden, sind wir verzaubert von dem uns geschenkten Vertrauen und fühlen uns bereichert um die Erkenntnis, dass wir alle nicht allein sind mit den Problemen und Herausforderungen, die das Gründerleben so mit sich bringt. Gerade das Fazit "nebenher Laufen und einfach Zugucken" können wir genau so unterschreiben. Auf dass wir vor allem unsere ursprünglich unangenehmen Erfahrungen schneller als den Schatz begreifen, dessen Funkeln sich erst im Nachhinein in unseren Augen widerspiegelt, **cheers!**

Nachhaltige Marken der Rocketlife GmbH



**Bei Chinchilla wird
besonders 'Fair&Sozial'
groß geschrieben!**

Naturzahnseide zum Nachfüllen!

VEGAN & PLASTIKFREI

UMWELTFREUNDLICH & NACHHALTIG

PRAKTISCH

GESUNDE ZÄHNE

STYLISCH

57wasser

the robin hood of waters



SCAN ME

Für unsere zweite Vorstellung sind wir zu Besuch bei Dirk Krumpholz, dem Gründer der 57wasser GmbH. Der vielbeschäftigte, dafür pragmatische Mann beendet gerade noch einen Termin mit einem anderen umtriebigen Siegerländer Jungspund. Schon der Treppenaufgang, in dem wir warten, bereitet uns auf Dirks Persönlichkeit und damit auch die Philosophie hinter 57wasser vor. Als wir dann das Büro betreten, verfestigt sich unsere Vorahnung: der Mann hat Fokus erfunden! Wir stehen in einem großen Raum, in der Mitte vier Bürotische und einige Stühle, die allesamt vor dem Sperrmüll gerettet wurden. In einer der Ecken befindet sich ein deckenhohe 57wasser-Rollup, das einige der vielen Projekte in der Heimat und der ganzen Welt feiert. Auf dem Tisch steht eine kleine Flasche 57wasser für jeden von uns. Es wird nicht groß rumgelabert, wir kommen direkt zum Interview.

“Ich habe gegründet aus dem ganz einfachen Grund, weil ich gerne selber handeln wollte.” ist die kurze und prägnante Antwort auf unsere erste Frage. Dirk gefällt der Begriff des Unternehmertums deutlich bes-

ser als der des Gründers, schließlich ist er jemand, der etwas unternimmt. Unternehmertum ist mit einer großen Verantwortung “behaftet”, hält im Gegenzug aber auch mehr Freiheiten parat. Er schätzt daran, dass er mit seiner eigenen Vision eine Richtung vorgeben und diese langfristig verfolgen kann.

“

“ICH HABE GEGRÜNDET AUS DEM GANZ EINFACHEN GRUND, WEIL ICH GERNE SELBER HANDELN WOLLTE.”

“Wenn ich ‘ne Idee habe, die ich gerne umsetzen möchte, dann bin ich **die** Rakete, die **ich** einfach sein möchte.” Mit seiner Aussage, dass man als Unternehmer eher die Möglichkeit hat, aus seinen Fehlern zu lernen als bspw. als Angestellter, nimmt er schon eine unserer späteren Fragen vorweg. Vor sage und schreibe 22 Jahren gründet Dirk das erste Mal im Soft-

ware-Bereich. Zu diesem Zeitpunkt ist er keine 18 Jahre alt. Faktoren, die diese Entscheidung beeinflussen, sind die Aussicht auf weniger Arbeit und mehr Geld, vor allem aber die in seinem Tätigkeitsfeld potentielle Ortsungebundenheit. Im Jahr 3 nach Corona können wir uns das schon fast nicht mehr vorstellen, aber Anfang der 2000er Jahre gibt es wenig bis gar keine “klassischen” Stellen, die Arbeiten, Reisen und fremde Kulturen Entdecken gleichzeitig ermöglichen. “Manchmal wird man gezwungen zu gründen, weil Rahmenbedingungen nicht vorhanden sind oder alte Strukturen aufgebrochen werden müssen.” erklärt Dirk und liefert uns damit (nicht zum ersten und letzten Mal) eine einprägsame Definition, die vor allem für Startups von zentraler Bedeutung ist, diesmal ist es die für Disruption. Er trifft mit seinen Erläuterungen gerne den Sweet Spot zwischen Academia, Praxis und Philosophie.

Genau so disruptiv entsteht 57wasser vor 10 Jahren zum Weltkinder-tag: Das Social Wasser ist fernab von allem, was man als normales Produkt im Handel kennt. “Wenn

man für eine Sache brennt, dann kriegt man auch andere wieder angezündet.“ sagt er ironischerweise über die Idee. Endlich kommen wir konkret zum philosophischen Ansatz dieses Mineralwassers. Mit dem Verkauf des Wassers werden Marktanteile “weggenommen” und damit etwas angestellt, das die Welt besser macht - daher der Untertitel “the robin hood of waters”. Jeder darf Projekte einreichen, über die dann alle abstimmen. Genial, wie hier ein Grundsatz, ohne den das Leben gar nicht möglich wäre, mit etwas verbunden wird, dass das Leben verbessert und zwar mithilfe einer demokratisch aktiven Gemeinschaft.

Während des gesamten Gesprächs, vor allem aber als wir ein bisschen zu sehr in Richtung Nachhaltigkeit im Allgemeinen abschweifen, wird deutlich, dass Dirk genau fokussiert, um sich mit Menschen über die Probleme der Welt austauschen zu können und natürlich um seinen Teil dazu beizutragen, diese zu lösen. Neben dem großen Thema Fokus dreht sich das Gespräch auch um Effektivität und Effizienz. Warum wurde gerade Wasser als Produkt gewählt? Weil sich die Frage gestellt wurde: Wo können wir mit den einfachsten Mitteln am meisten erreichen? “Ein- und ausatmen und Wasser trinken.” sagt Dirk, bei

Letzterem kann man unkompliziert helfen. Das simple Ergebnis “Kunde trinkt Schluck 57wasser, Projekt wird unterstützt” erfordert eine Menge gut strukturierter Arbeit und ständigen Einsatz. Abfüllanlagen, Mitarbeiter, LKW, Fuhrpark, Leergut und Logistikpartner sind nur einige Stichworte, die dabei von Relevanz sind.



“ES GIBT DREI ARTEN DES LERNENS:

NACHDENKEN, BEOBACHTEN, FEHLER SELBST MACHEN. DIE DRITTE VARIANTE IST IN DER REGEL AM NACHHALTIGSTEN.”

“Wenn es ein Problem gibt, versteckt sich irgendwo die Lösung, sonst gäb’s das Problem gar nicht erst. Lösungen sind da, man muss den Leuten nur sagen, wie sie dahin kommen.” ist Dirks Einstellung und genau die macht es möglich, jeden Tag Spaß zu haben an der eigenen Arbeit, egal welche neuen (und potentiell frustrierenden) Herausforderungen auf einen warten.

Erst 2021 macht er eine unangenehmere unternehmerische Erfahrung: beim Aufbau des neuen Bereichs Logistik und Lagerhaltung nimmt er viel Geld in die Hand, um gemeinsam mit einem Kunden etwas Großes auf die Beine zu stellen. Der Start funktioniert, mehr wird allerdings nicht daraus. “Dat gehört aber auch dazu.” lässt Dirk in bestem Siegerländer Dialekt verlauten. Anschließend erklärt er uns ähnlich wie seinem kleinen Sohn am Abend vor dem Interview: “Es gibt drei Arten des Lernens: Nachdenken, Beobachten, Fehler selbst machen. Die dritte Variante ist in der Regel am nachhaltigsten.” Mit unserer Frage, wo er denn mal so richtig auf die Schnauze geflogen ist, kann er sich ohnehin nicht besonders anfreunden bzw. sieht solche Erlebnisse gelassen: Entweder man gewinnt oder man lernt. Abgesehen davon winkt am Ende einer jeden Lehre nicht nur die Erkenntnis, sondern auch so wunderschöne Momente wie Dirk ihn kürzlich auf einem Spielplatz mit seinen Kindern erlebt: “Dich kenn ich! Du bist der vom Kinderfest.” sagt ein 5jähriges Mädchen, das wohl vor zwei Jahren auf dem letzten Fest von 57wasser war. “Dat is so ne Erinnerung, davon lebt man ja. Dat man sacht, ich hab ne geile Zeit gehabt. Diese coole Zeit, dat is das, was hängenbleibt.”



Robin Hood trifft Peter Pan - unter diesem Motto veranstaltete 57wasser am 22. September 2019 ein noch nie dagewesenes Kinderfest der ganz besonderen Art.

dreigründereck TOOLBOX

*Du suchst nach dem passenden Werkzeug, um deine unternehmerische Schaffenskraft voll auszuschöpfen? Look no further! Hier stellen wir dir in jeder Ausgabe ein neues digitales Hilfsmittel aus dem Bereich Entrepreneurship und Innovation vor. Heute: **NOTION***



Was ist Notion überhaupt?

Die 2016 veröffentlichte Notion App wurde als ultimatives Produktivitätswerkzeug entwickelt, das Notizen, Datenbanken, Kanban-Boards, Kalender und Erinnerungen unter einem Dach vereint - und damit Schluss macht mit der Verwendung verschiedener Tools für verschiedene Dinge, wie Evernote für Notizen und Trello für das Projektmanagement. Das alles kann in Notion erledigt werden.

Notion wird von seinen Entwicklern als „All-in-One-Arbeitsplatz“ beschrieben, aber was genau bedeutet das? Ist es ein weiterer Versuch, das Büro in eine virtuelle Umgebung zu verwandeln, so wie Facebooks problematische Workspace-Plattform? Zum Glück nicht. Hier erklären wir dir die Grundlagen von Notion, was es ist, was es kann und warum es nützlich ist.

Notion ist in etwa das, was du bekommst, wenn du ein Aufgabenmanagement-Tool wie Asana mit einer Datenbanksoftware wie Microsoft Access und einem Drag-and-Drop-Website-Editor wie Wix kombinierst: Du kannst damit kostengünstig Workflows erstellen, die genau auf dein Unternehmen zugeschnitten sind, ohne dass du einen Experten einstellen oder eine Programmiersprache lernen musst.

Während ein Unternehmen vielleicht Asana oder Trello nutzt, um Projekte im Auge zu behalten, Google Sites, um ein internes Wiki zu erstellen, und Atlassian Jira, um den Entwicklungsplan zu organisieren, weil die einzelnen Plattformen ihre Grenzen haben, bedeutet die Vielseitigkeit von Notion, dass all dies an einem zentralen Ort erstellt und untergebracht werden kann - daher der Begriff „All-in-One Workspace“.

Wenn du dich dafür entscheidest, all diese Informationen auf einer Plattform zu speichern, musst du auch keine Abstriche bei der Funktionalität machen: Der Clou von Notion ist die Funktion „Relationale Datenbanken“, mit der du Daten, die an einem Ort gespeichert sind, für einen anderen Bereich verwenden kannst.

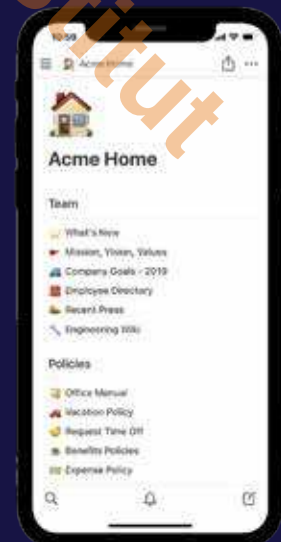
Hier wird es besonders interessant. Die beste Funktion von Notion, die sich von der starken Konkurrenz abhebt, sind die Linked Databases. Damit kannst du auf die in jeder Tabelle gespeicherten Daten als eigenen Block zugreifen und die Darstellung der Daten in Ansichten wie Galerie, Kanban, Liste, Kalender oder Tabelle anpassen.

Mit der App musst du nirgends auf deine Dokumente verzichten!



Einsatzmöglichkeiten für Notion

Ganz gleich, ob du die schier endlose Auswahl an Notion-Vorlagen nutzt oder selbst etwas erstellst, den Möglichkeiten von Notion sind keine Grenzen gesetzt. Wenn du dich ein wenig uninspiriert fühlst oder dich erst einmal informieren willst, was alles möglich ist, bevor du Notion herunterlädst, haben wir hier ein paar Anwendungsmöglichkeiten für die Software zusammengestellt.



Monatliche Abonnements überwachen

Es gibt nichts Schlimmeres, als den Überblick über eine wiederkehrende Zahlung zu verlieren und sie erst ein Jahr später auf deinem Kontoauszug zu finden, wenn der Schaden schon angerichtet ist. In Notion kannst du relativ einfach einen Tracker für monatliche Abonnements erstellen, in dem du den Namen des Dienstes, das Verlängerungsdatum, die Verlängerungskosten und den aktuellen Status des Abonnements speichern kannst.

Ersetze deine Rechnungssoftware

Du kannst Rechnungen in Notion erstellen und sie mit deinen Kunden teilen, indem du sie entweder herunterlädst und an eine E-Mail anhängst oder indem du die Notion-Seite öffentlich zugänglich machst, ohne dass sie ein Konto erstellen oder sich anmelden müssen, um die Rechnung zu sehen. Wir haben eine Notion-Rechnungsvorlage erstellt, die dir den Einstieg erleichtert.

Erstelle eine Lebensmittelliste

Eines der besten Dinge an Notion ist, dass es so leicht zugänglich ist - du kannst zu Hause vor deinem Computer mit der Arbeit beginnen

und sie auf dem Rücksitz eines Taxis oder mitten im Laden wieder aufnehmen. Deshalb ist es unsere Lieblingssoftware zum Erstellen einer Einkaufsliste.

Ist die Nutzung von Notion kostenlos?

Die Nutzung von Notion ist kostenlos, allerdings gibt es ein paar Einschränkungen: Uploads sind auf 5 MB begrenzt und Notion speichert deine Änderungen nicht. Du kannst also nicht zu einer alten Version einer Datei zurückkehren, wenn du etwas löschst, das du später brauchst. Es gibt ein kostenpflichtiges Abonnement für 4 US-Dollar pro Monat, das diese beiden Beschränkungen aufhebt.

Das Personal Pro Abonnement lohnt sich jedoch nicht für alle Nutzer: Wir empfehlen es nur, wenn du beim Hochladen großer Dateien auf Hindernisse stößt, nicht in der Lage bist, weitere Nutzer/innen in deinen Arbeitsbereich einzuladen, oder wenn du ein Dokument geändert hast und dann eine frühere Version wiederherstellen möchtest, was aber nicht möglich ist.



Wo du die Notion App herunterladen kannst

Es könnte nicht einfacher sein, Notion herunterzuladen. Die Notion App für Windows und Mac ist hier erhältlich, während Notion für Android über den Google Play Store und Notion für iOS über den Apple App Store heruntergeladen werden kann. Da alle Dateien in der Cloud gespeichert werden, nehmen sie auch lokal kaum Platz weg.

Tasks & Issues

Click on a card to add more details.
Click on 'Board by Status' to toggle between views.

Board by Status ▾ Properties Group by Status Filter Sort Search 🔍 New Item

No Status 2 ... + Next Up 1 ... + In Progress 2 ... +

- Button blue hover color**
 - 🔥 Important
 - 👤 Mike Shafer 👤 Brian Park
 - Design
- Desktop push notifications**
 - Android QA
 - 👤 Brian Park
 - Engineering
- Fix keyboard shortcuts**
 - Bug 🔥 Important
 - 👤 Brian Park
 - Jan 03, 2018 3:47 PM
 - Engineering
- Offline mode polish**
 - iOS QA
 - 👤 Leslie Jensen
 - Jan 08, 2018 3:50 PM
 - Engineering
- Add avatars**
 - Polish
 - 👤 Leslie Jensen
 - Design

+ Add an Item



Am 27. und 28. Oktober 2021 haben sich zum fünften Mal in Frankfurt, Darmstadt, Offenbach, Mainz und Wiesbaden zahlreiche begeisterte Safair Gänger:innen aus den Bereichen Startup und Innovation zusammengefunden. Auch Gießen, als erster Player Mittelhessen, stellte seine Gastbereitschaft für die Startup SAFARI zur Verfügung. Mit 924 Teilnehmer:innen war diese Safari äußerst erfolgreich und stellte somit den fünften Besucherrekord auf. Das zuvor geplante Programm, mit 80 verschiedenen Aspekten, wurde auf 100 Punkte aufgestockt und zeigt somit deutlich, dass sich das Ökosystem der Region stetig ausdehnt.

Zur Entstehung der Startup Safari

„Essentially—as we didn't like the tech conferences at the time—we created an event we'd love to attend ourselves.“

Ausgangspunkt für die Entstehung der Startup Safari. Das Event konzentriert sich auf Startups aus der regionalen Umgebung, die ebenso begeistert sind wie die großen, bereits etablierten Tech-Startups. Die Geschichte und der Hintergrund der Startup Safari beginnt bereits im Jahre 2011 mit einem Event-Programm namens Pirate Summit, welches eine Konferenz für Startups aus Europa schafft und in Köln stattfindet. Ziel ist es sich über die verschiedensten Bereiche des Unternehmertums zu informieren und sich mit Gleichgesinnten auszutauschen. Die Pirate Summit entwickelte sich rasch zu Pirate Summit Global und umfasste nicht nur die 08/15 Startup Städte, sondern beteiligte sich auch in Städten, die bisher weniger Aufmerksamkeit erhalten konnten und diese Entscheidung wurde nicht bereut.

Auftakt zur Startup Safari 2021

Offizieller Beginn der Startup Safari des Jahres 2021 wurde von Dr. Philipp Nimmermann, Staatssekretär des Hessischen Wirtschaftsministeriums, eingeleitet. Laut Nimmermann ist das Startup-Thema erst kürzlich, seit 2017/2018 im Diskurs. Mittlerweile fließen viele Fördergelder in das TechQuartier, den StartHub Hessen, sowie das Hes-

sian Center for Artificial Intelligence (hessian.AI). Mithilfe der Startup SAFARI wird so nun die Kommunikation und der Austausch ins Rollen gebracht. Als Ziel wird gesetzt auch die Startup-Location ansprechender zu gestalten. Zudem erhofft sich Nimmermann, dass Startups sich mit der allgegenwärtigen Thematik des Klimaschutzes auseinandersetzen und eine hilfreiche Stütze ermöglichen könnten.

Aufbruch in eine neue Stadt

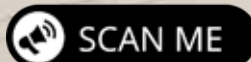
Gießen: Am zweiten Tag der Startup Safari, gab es eine Begrüßung von Patrick Losert (yfactory), welcher als Mitveranstalter diesen Tag mit seinem Team organisiert hat. Hauptverantwortlich für die Eventplanung war Nadja Ugliesja (dreigründereck). Der erste Vortrag dieses Tages war von Andy Eying (Weber Maschinenbau GmbH) zum Thema Agency Work in Gegenüberstellung zu Corporate Work. Darauf folgend erhielten die Teilnehmer:innen eine inspirierende Keynote „Innovation Mindset“ von Nelson Inno (We-Spark). Patrick Losert berichtete über „Vom Gaming zum Business“ und erklärte, wie auch Unternehmen kurze Spielpausen einleiten könnten oder, wie das Gaming hilft den Kopf abzuschalten. Wojciech Konieczny (MeatApp) erläuterte seinen Werdegang und legte den Fokus seiner Keynote auf das Ausleben der Träume. Im Anschluss erfolgte ein Workshop, welcher von Jan Schwanzer (quadro office) und Hürriyet Özasan (Bene) angeleitet wurde. Die zwei Arbeitsplatzexperten bildeten Gruppen mit den Safair Gänger:innen und arbeiteten zusammen an Aspekten, die eine Arbeitswelt von morgen bereichert. Einen letzten abschließenden Beitrag „Was Geldgeber wirklich von dir wollen“ gab es von Dr. Heinz Bettmann (Rheinzeiger) und berichtete über Startups aus einem anderen Blickwinkel.

Fazit

Durch die Startup SAFARI wurde deutlich, dass die Reichweite des Startupgebiets in Hessen weiter voranschreitet. Sie wird weiterhin von unterstützenden Unternehmen, wie beispielsweise die Wirtschaftsinitiative FrankfurtRheinMain, bekräftigt. Das Interesse an Ökosystemen und Startups in dieser Region bleibt bestehen und auch für die Startup SAFARI gibt es einen zukünftigen Ausblick, der besagt, dass die Safari noch größer geplant werden soll.

Startup Safari 2021:

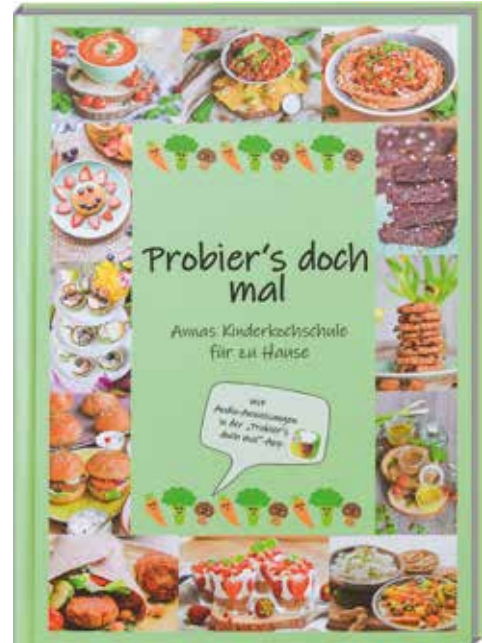
„Entrepreneurs are our heroes. They deserve recognition. Especially the local ones.“



PROBIER'S DOCH MAL

Probiert's doch mal Anna Ehlgen u. Steffen Runkel GbR
(Hrsg.)
1. Auflage 2021
ISBN: 978-3000692123
29,90 EUR

Annas Kinderkochschule für zu Hause. Das „interaktive Kinderkochbuch“ begleitet Kinder auditiv über eine App mit genauen Schrittanleitungen; die einzelnen Schritte sind im Buch erklärt und mit Bildern versehen. Das Buch bietet auf mehr als 170 Seiten über 80 Rezepte, die oft auch eine vegane Alternative aufzeigen. Es gibt Erläuterungen zur Ernährung und Einstiegswissen für die Küche. Die kulinarische Vielfalt fördert überdies die Kreativität der Junior-Köche in der Küche. Zu haben ist das Buch per Mail an service@probiertsdochmal.com oder über das Kontaktformular auf der Webseite probiertsdochmal.com. Auch das Startup selbst stellen wir in dieser Ausgabe vor.
→ Siehe auch Seite 54.



UNSER BUCHTIPP

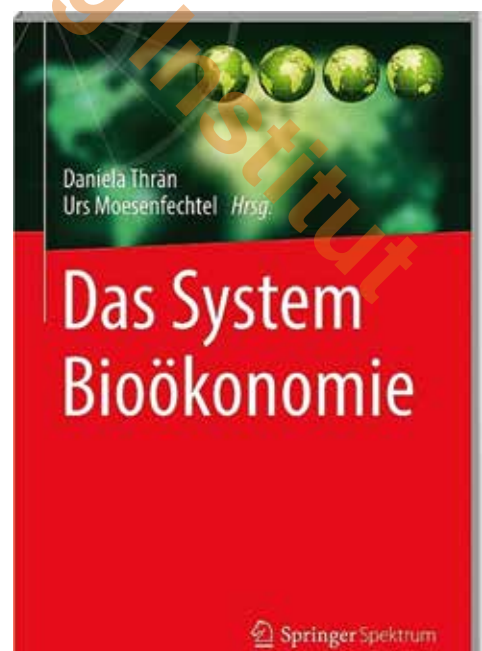
DAS SYSTEM BIOÖKONOMIE

Daniela Thrän, Urs Moesenfechtel (Hrsg.)
Springer Spektrum; 1. Aufl. Juli 2020
ISBN 978-3662607299
84,99 EUR

Das System Bioökonomie ist komplex. Daher ist es wichtig, die Grundpfeiler und Gemeinsamkeiten des vielfältigen Systems zu erkennen. Viele Aspekte wie beispielsweise Wertschöpfung, Finanzierung, Innovation müssen berücksichtigt werden; dabei ist Kommunikation überaus wichtig.

Dieses Buch ist ein Querschnitt durch die gesamte Bioökonomie und zeigt deren Potenzial. Möglichkeiten und Grenzen werden ebenso beschrieben wie die Rahmenbedingungen. Das Buch vermittelt einen sehr guten Überblick, ist für jedermann zu empfehlen und lädt dazu ein, an dieser Zukunftsaufgabe mitzuwirken.

→ Siehe auch Seiten 40 – 43.





Fotos: © BE PROUD

„Jeder, der auf diesem Weg sein Gewicht reduzieren, einen gesunden und leistungsfähigen Körper aufbauen kann, hat es auch verdient, auf die Resultate stolz zu sein, egal wie klein oder groß diese sein mögen. Genau das ist die Philosophie von BE PROUD. Dieses Startup begleitet seine Kunden mit Training und Ernährungsberatung, denn beides ist wichtig auf dem Weg zur körperlichen Fitness.“



Wohlfühl-Fitness auch für Führungskräfte

„Der Speck muss weg!“ Viele kennen das. Da werden Diäten versucht, da wird krampfhaft Sport betrieben. Der Terminkalender ist voll, und so ist am Ende das Ergebnis „überschaubar“. Statt Stolz stellt sich Frust ein. BE PROUD hingegen vermittelt Motivation und hohe Lebensqualität.

Es ist möglich, mit alltagstauglichen Ernährungsoptimierungen und einem zeitsparenden Trainingskonzept messbare Resultate und eine neue Motivation zu realisieren. Begleitet durch ein ganzheitliches Coaching und mit dem Fokus auf nachhaltige Gewichtsreduktion gelingt der Weg zu neuer Fitness.

Dabei gilt es, individuelle Ziele festzulegen und konsequent zu verfolgen. Dieses ganzheitliche Coachingkonzept gibt es – dank der Corona-Pandemie – auch online. Mit dem BE PROUD Coaching ist das Startup in der Lage, deutschlandweit jeder Person helfen zu können, das Wohlfühlgewicht zu erreichen.

Die Kunden sind nicht mehr an lokale Studios gebunden. Eine Betreuung ist damit auch während Dienstreisen, Urlauben und sonstigen Abwesenheiten uneingeschränkt möglich. Zudem entfallen Fahrten zu Trainings, zu Gesprächen oder Checks, so dass beispielsweise die Führungspersonen ihren ohnehin schon vollen Terminkalender nicht noch weiter strapazieren müssen. Die Einstiegsbarriere ist also deutlich niedriger.

Es braucht also keine drastischen Einschränkungen, viel Verzicht und ein zeitintensives Sportpensum, um Gesundheit und Fitness zu erhalten bzw. wieder herzustellen. BE PROUD liefert eine komplett individuelle Strategie, mit der sich eine gesunde und ausgewogene Ernährung sowie ausreichende Bewegung in den Alltag integrieren lässt.

Die Vision von BE PROUD ist einfach: Jeder Mensch sollte wissen und verstehen, dass Fitness keine Hexerei ist und dem Menschen enormen Mehrwert bringt – körperlich und mental.

www.coaching.be-proud.de

www.instagram.com/beproud_fitness

www.linkedin.com/in/jonas-schneider-be-proud

Pleta pure nature dishes

Pleta ist nicht nur eine hervorragende Alternative zu Plastik, sondern bringt einen Hauch nepalesische Tischkultur nach Deutschland. Mit biologisch abbaubarem Palmblatt-Geschirr bietet das junge Unternehmen eine nachhaltige Lösung für Einweg-Geschirr und To Go Behälter. Das Besondere: Gewaschen lassen sich die Teller und Schalen auch mehrere Male wiederverwenden.

Einzigartige Naturprodukte

Für die Herstellung der Teller wird lediglich eine Ressource benötigt – das Laubblatt der Arekapalme. Durch Form und Hitze entstehen aus den gewaschenen Blättern Teller. Das Geschirr ist robust und auslaufsicher – auch ganz ohne Chemie. Die Arekapalmen werden seit Jahrhunderten wegen ihrer Nüsse in Nepal angebaut, die herabgefallenen Blätter sind ein Nebenprodukt. Für die Herstellung des Geschirrs müssen weder Palmen gerodet werden noch Flächen für neue Plantagen weichen. Mit dem Ankauf der Blätter von umliegenden Palmplantagen werden lokale Communities der Sammelpalmen in Nepal unterstützt.

Perspektiven schaffen

Den drei Gründer*innen Katharina Harazim, Paul Harazim und Adem Serilmez liegt es am Herzen, Umweltschutz, Fairness und Women Empowering zu verbinden. Jede Frau sollte die Möglichkeit haben, sich selbst und ihre Familie zu ernähren und faire Löhne zu erhalten. Mit ihrer Produktion in Nepal können sie bereits 13 Arbeitsplätze erhalten, und somit 13 Frauen und ihre Familien unterstützen. Für ihr Projekt und Produkt wurden sie mit dem deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022 ausgezeichnet.

Finde Deinen Teller:

www.pleta.de



Foto: Anna Ambühl



Fotos: Sarah Mehler



Foto: Pleta



Foto: Sandra Duszka + Paul Harazim + KunsKüche-Krefeld

Bioökonomie als wichtige Strategie gegen den Klimawandel

Der Europäische Nachhaltigkeitsfonds



Seiten vielen Jahren wird über den Klimawandel geredet. Die Bioökonomie ist dabei immer häufiger Thema der Diskussionen. Dies war schon Thema bei einem BioPer-spectives-Kongress 2007 in Köln. Die Bioökonomie entwickelte sich zunächst zögerlich, in den letzten Jahren aber doch zielstrebig. Die Bundesregierung veröffentlichte 2020 die „Nationale Bioökonomiestrategie“ und legte ein großes Förderprogramm auf. Im gleichen Jahr stellte die EU-Kommission den „Green Deal der Europäischen Union“ vor. Erste Startups wurden gegründet.

Bei der Finanzierung der Startups bestand jedoch eine Lücke, und so wurde im Oktober 2020 der European Circular Bioeconomy Fund oder kurz ECBF ins Leben gerufen. Dieser Nachhaltigkeitsfonds hat inzwischen 300 Millionen Euro eingesammelt und erste Beteiligungen an Startups auf den Weg gebracht. Wir unterhielten uns mit dem Geschäftsführer Dr. Michael Brandkamp.

RheinZeiger: Sehr geehrter Herr Dr. Brandkamp, Sie kennen die Bioökonomie viele in dieser Branche gegründeten Startups. Diese hatten oft große Probleme bei der Finanzierung. Nun wurde ein Europäischer Nachhaltigkeitsfonds durch die Europäische Kommission und die Europäische Investitionsbank (EIB) initiiert mit dem Ziel, zur Umsetzung des Green Deals einen Beitrag zu leisten, den Startups eine Finanzierung zu liefern. Was ist die Mission dieses Fonds, welchen konkreten Bezug zum Green Deal gibt es?

Dr. Michael Brandkamp: Ja, wenn man auf einer höheren Abstraktionsebene beginnt, ist es tatsächlich so, dass wir einen Beitrag dazu leisten wollen, die Bioökonomie in Gang zu setzen. Die Menschheit darf den Planeten nicht länger ausplündern. Wir müssen mit dem zufrieden sein, was die Natur uns gibt. Der Kreislauf der Natur muss erhalten bleiben. Die Transformation zu dieser Bioökonomie ist ein entscheidender Schritt, um eben hier auf dieser Welt langfristig leben zu können. Da ist die Bioökonomie keine Option, sondern ein Muss.

Wir reden über die Produktion von Biomasse, von Agrar-Technologien, über Digitalisierung, die die Agrar-Industrie effizienter machen wird. Wir reden darüber, durch den Einsatz von Mikroorganismen Produkte zu gewinnen, aber eben mit nachhaltigen Methoden.

Das klingt nach komplexem Aufgabengebiet. Können Sie das ein wenig konkretisieren, vielleicht mit Beispielen?

Drei Themen sind wichtig. Wir investieren beispielsweise in ein Unternehmen, das zur Proteingewinnung Insekten züchtet, die auf Abfällen wachsen. Dann müssen wir zweitens wegkommen von Einweg-Plastikverpackungen, die später im Ozean landen und am Ende dann doch wieder bei uns auf dem Teller. Und als Drittes reden wir über Themen wie Textil-Recycling oder Körperpflege, auch das spielt eine große Rolle.

wirken wollen. Investoren aus 8 Ländern unterstützen die Mission des ESG-Fonds. Wir haben nun 25 Unternehmen, Banken und weitere Institutionen an Bord, unter ihnen die Landwirtschaftliche Rentenbank, Allianz France, Invest NL, GCV (eine Tochtergesellschaft von GC, Chemie-Innovationen), Firmenich (Düfte, Aromen), Stellar Impact (ein von Telos Impact verwaltetes Vehikel), Dr. Hans-Riegel Holding, Bellevue Investments. Unternehmen wie Nestlé, BÜFA, NRW.BANK, Volkswohl Bund, Corbion, Dr. Hettich Beteiligungen, Koehler Group sowie das Wortmann Family Office und drei weitere Investoren haben sich bereits in den vorangegangenen Runden beteiligt.



Wir haben attraktive Innovationen. Europa ist immer noch führend, was Forschung und Entwicklung betrifft. Und da gibt es gute Ideen, die über Startups mittels zirkulärer Geschäftsmodelle in den Markt gebracht werden. Aber die Skalierung dieser Startups, dass man wirklich aus den Innovationen etwas Großes macht, das ist der Engpass. Diese Wachstums-Finanzierungen muss man in Gang halten, damit Innovationen nicht immer in anderen Kontinenten gedeihen, damit Europa die führende Position im Bereich der Bioökonomie auch verteidigen kann.

Wer ist an diesem Fonds beteiligt? Wie ist seine Organisationsstruktur?

Es ist sehr wichtig, dass hier nicht nur die Investitions-Bank beteiligt ist, sondern auch große Unternehmen und Konzerne, die an die Bioökonomie glauben und dort mit-

Aber auch der regionale Bezug ist wichtig. Deshalb ist auch die Invest-NL und die NRW.BANK als Fonds-Investor dabei. Wir glauben, dass in Nordrhein-Westfalen sehr spannende Projekte existieren, ein großes Potenzial vorhanden ist. Hier gibt es den Umbau Prozess der Kohle-Regionen, hier haben wir die Chemie-Industrie mit starken Standorten. Und überall zeigt sich der Bedarf Richtung Biologisierung.

Die Mission umzusetzen verfügen wir über ein Team aus 13 verschiedenen Nationen; es vereint die ECBF-Vielfalt, wirtschaftliche und wissenschaftliche Expertise, langjährige Erfahrung in verschiedenen Bereichen sowie Unternehmertegeist.

Sie waren Geschäftsführer des High-Tech Gründerfonds, kennen das Geschäft der Startup-Förderung durch Investoren also sehr gut. Nun gilt es, einen neuen Fonds aufzubauen. Was sind da die nächsten Aufgaben?

Ich habe beim High-Tech Gründerfonds lange nur auf Deutschland schauen können. Es ist aber sehr wichtig, dass Innovationen europaweit gedacht werden. Dies ist für uns besonders wichtig, weil wir an Europa glauben. Der ECBF will 25 Unternehmen mit jeweils 10 Millionen Euro finanzieren. Der Finanzierungsbedarf, um Innovationen wirklich zu skalieren, ist aber oftmals viel größer. Wir können da nur einen Teil beisteuern, aber wir haben gute Kontakte und laden andere Investoren ein, hier mitzumachen.

Und das gelingt auch. Es gibt beispielsweise Unternehmen wie Oatly, die Hafermilch produzieren. Sie machen bereits über eine halbe Milliarde Umsatz und sind an der Börse über fünf Milliarden wert. Das ist eine Erfolgsgeschichte.

Das sind wunderbare Beispiele, und es entwickelt sich mehr und mehr eine Akzeptanz für die Bioökonomie. Dennoch bleibt dies eine große Aufgabe. Wenn man an Diskussionen denkt, sowohl in der Landwirtschaft als auch in der Biotechnik, dann dürfte in der Gesellschaft ein großes Umdenken gefragt sein.

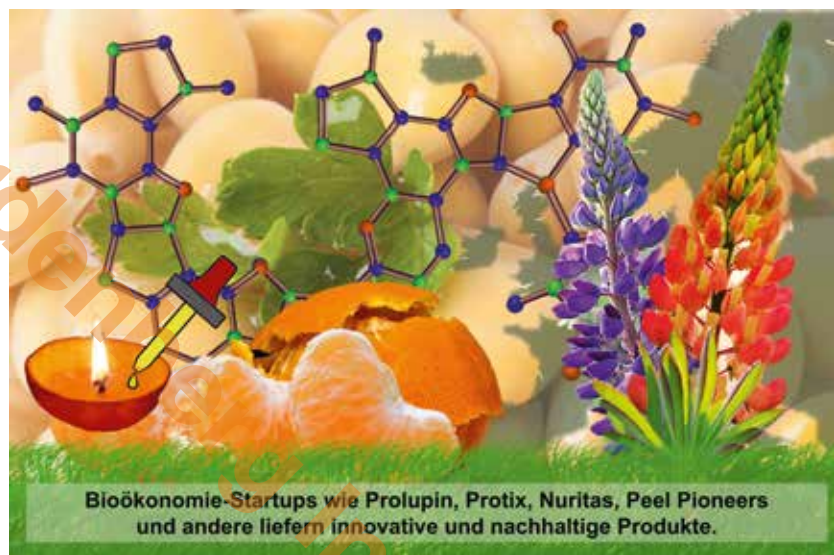
Na ja, zunächst einmal stimme ich Ihnen zu. Der Konsument ist am Ende der wesentliche Treiber dieser Transformation. Da ist aber nicht nur die Bewegung „Fridays for Future“, da ist auch das sich ändernde Konsumverhalten der Menschen. Das Geld für den ECBF kommt dann, wenn der Markt nachfragt, wenn die Produkte gebraucht werden. Das erfordert eine gute Kommunikation und eine attraktive Gestaltung der Bioökonomie-Produkte.

Hier geht es nicht darum, dass wir unsere Ernährung umstellen, um die Welt zu retten. Wir machen das, weil wir damit eben auch bessere Qualität auf den Teller bekommen. Und wir haben Freude daran, Neues auszuprobieren und so der Welt noch etwas Gutes zu tun. Deshalb ist Kommunikation wichtig.

Wie arbeitet der Fonds? Wenn ein Bioökonomie-Startup einen Investor sucht, wie kommt dann der ECBF ins Spiel?

Wir sind als Wachstumsfonds an den Start gegangen, und so ist immer noch die Definition. Die Produkte sollten also im wesentlichen fertig entwickelt sein. Die Technologie sollte man hochskalieren und den Markt in seiner ganzen Breite erschließen können. Es geht also um Skalierung, um Wachstum, denn dort lag der Engpass. Oft wenden sich die Startups zunächst an Business Angel. Da gibt es auch den HighTech Gründerfonds, wo Startups die Gründungsfinanzierung, die Seedfinanzierung und die Runde A bekommen können. Danach können wir als ECBF die Wachstumsfinanzierung übernehmen.

Es gibt Beispiele wie die Prolupin, die von ihnen entwickelte nachhaltige vegane Joghurts auf der Basis von Lupinen anstelle von Soja verkaufen – und Lupinen wachsen hier bei uns. Aus den etwa erbsengroßen Früchten der Lupine lässt sich heute ein Isolat erzeugen, das zur Produktion von Joghurt, Milch oder Frischkäse geeignet ist. Dies ist ein gutes Beispiel für Innovation UND Nach-

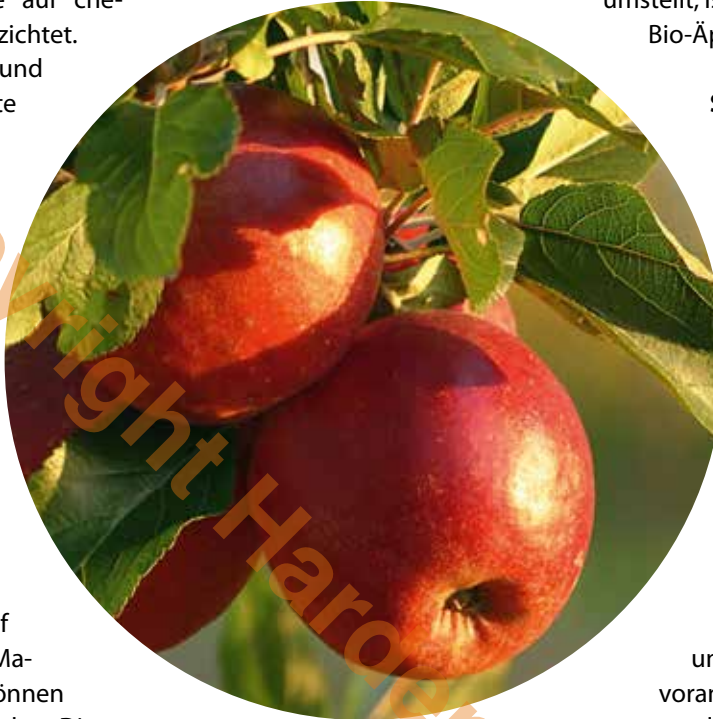


haltigkeit. Ein weiteres sehr gutes Beispiel ist das Investment bei Protix (Niederlande), ein Insekt Farming Unternehmen. Sie kümmern sich unter dem Slogan „Essen im Einklang mit der Natur“ um die Gewinnung nachhaltiger Proteine und Öle aus Insekten.

Es macht sich mehr und mehr die Erkenntnis breit, dass der Mensch, dessen Ernährung und die Erhaltung seines Lebensraumes im Mittelpunkt stehen muss. Auch in der Landwirtschaft wird viel über Ernährung diskutiert – jetzt vielleicht unterstützt durch die Corona-Pandemie. Weitere Themen sind die wachsende Weltbevölkerung, Energiefragen, Materialfragen und die Logistik. Müssen wir ein neues Miteinander entwickeln?

Das sind richtige Gedanken. Es gibt beispielsweise neue Gerichte, die vielleicht auch diesen Klassiker „Fleisch - Kartoffeln - Gemüse“ auflösen. Wir können andere Gerichte entwickeln oder die klassischen und das Fleisch ersetzen. Auch vegane Schnitzel schmecken gut. Im Grunde müssen wir auf das zugreifen, was die Natur zur Verfügung stellt. Dann erreichen wir eine Landwirtschaft, die auf chemische Substanzen verzichtet. Wir haben Alternativen und wir haben neue geeignete Technologien.

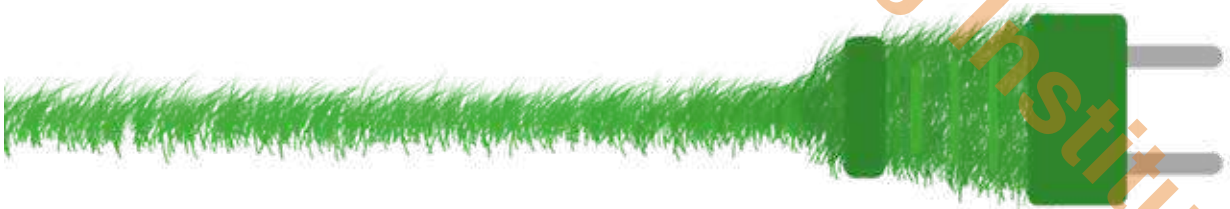
Die Logistik lässt sich durch Bevorzugung der regionalen Märkte herunterfahren. Die Logistik lässt sich aber auch nachhaltiger gestalten. Schiffe können mit erneuerbaren Energien betrieben werden; gleiches gilt für Transporte auf der Straße oder auf der Schiene. Auch die Maschinen der Landwirte können nachhaltig betrieben werden. Dies ist zwar nicht genau unser Thema, aber es grenzt an unsere Themen. Bei alledem ist entscheidend, dass wir Wege finden, damit die Landwirte gute Geschäfte machen können. Der Erhalt einer guten bäuerlichen Landwirtschaft ist essentiell.



Ja, das alles ist kostspielig. Aber die Landwirtschaft ist heute schon kostspielig. Sie ist die größte Produktion von Biomasse, die wir haben und durchaus schon ein gutes Geschäft. Aber es wird eben auch viel subventioniert. Diese Subventionen müssen anders ausgestaltet werden. Ein Beispiel: Wenn ein Landwirt seine Schweine abschafft, Apfelbäume pflanzt und auf Bio umstellt, ist der Verkauf hochwertiger Bio-Äpfel auch ein Geschäft.

Sie sind ganz offensichtlich an der richtigen Stelle tätig. Wenn Sie sich jetzt den Fonds 10 Jahre später vorstellen, der Fonds seine 300 Millionen vergeben hat: Was ist Ihre Vision?

Dass viele Unternehmer und Manager sich aufmachen, um in dieser Branche Fuß zu fassen, dort Innovationen zu ermöglichen und die Transformation mit voranzubringen. Und dass es uns gelingt, die Bedenkenträger zu überzeugen. Unser Engagement soll nicht nur diese Welt retten – ja, das müssen wir auch – sondern auch einen hohen, gesunden Lebensstandard und dennoch gute Geschäfte ermöglichen.



Digitalisierung und Disruption sind aktuelle Themen. Kommt nun die Biologisierung hinzu – mit einem Ursprung in der Landwirtschaft? Wie sehen Sie das?

Das darf man so sehen. Die Digitalisierung prägt ja auch die Biologisierung. Und damit sorgen wir dafür, dass alle Dinge, die wir haben, am Ende biobasierte Ressourcen sind. Wir müssen aufhören, auf fossile Ressourcen zuzugreifen. Das ist das Ziel. Und diesem Ziel sollten wir viele Dinge unterordnen.

Das Idealbild wäre, dass das der ECBF dazu beigetragen hat, einige Innovationen wirklich auf ein globales Level zu heben. Wenn unsere Investoren ein gutes Geschäft machen, haben wir die Chance, einen zweiten Fonds aufzusetzen. Dafür brauchen wir erfolgreiche Unternehmen. Wir haben die Leidenschaft, der Bioökonomie einen echten Impuls zu geben.

Herr Dr. Brandkamp, haben Sie vielen Dank für das interessante Gespräch! Wir wünschen Ihnen und dem Europäischen Nachhaltigkeitsfonds viel Erfolg!

Innovationsbasierter Strukturwandel in der Region nordöstliches Mecklenburg-Vorpommern im Plant³-Bündnis

Verbund-Projekt „Treibhaus“



Screenshot Projekt Treibhaus

Wissen
Innovation
Wandel



„Treibhaus“ gibt neuartigen Ideen für biobasierte Produkte, Verfahren und Dienstleistungen einen kreativen Raum und begleitet den Prozess von der ersten Idee bis zur Marktgestaltung.

Wissen, Innovation, Wandel in den Bereichen Land, Moor & Meer – dies könnte die kürzeste Antwort auf die Frage nach den Inhalten des Plant³-Bündnisses sein. Plant³ ist ein vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördertes regionales Bündnis im nordöstlichen Mecklenburg-Vorpommern mit dem Ziel, mit nachhaltigen bioökonomischen Produkten, Prozessen und Dienstleistungen einen wissens- und innovationsbasierten regionalen Strukturwandel zu initiieren.

„Treibhaus“ ist dabei stark interdisziplinär sowie branchenübergreifend und vereint aktuell 87 Partner, darunter Unternehmen, Verbände/ Vereine, Forschungseinrichtungen sowie Industrie- und Handelskammern. Mit der Vision eine Bioökonomieregion mit Vorbildfunktion für die nachhaltige Transformation ländlicher Räume zu etablieren, werden im Bündnis innovative Strategien zur hochwertigen Veredelung von pflanzlichen Rohstoffen in den drei Handlungsfeldern Land, Moor und Meer erforscht und exemplarisch umgesetzt.

Eine zentrale Rolle nimmt auf diesem Weg die Förderung bioökonomischer Ideen und die Frage ein, welche Voraussetzungen geschaffen werden müssen, damit Ideen nicht versanden, sondern zu Innovationen und Standardlösungen werden können. Auch soll erforscht werden, wie etablierte Methoden aus den Wirtschaftswissenschaften an die Bioökonomie adaptiert werden können, damit sie Startups

und Bestandsunternehmen innerhalb des neuen Wirtschaftskonzeptes optimal unterstützen.

Das Verbund-Projekt „Treibhaus“, eines der Startvorhaben innerhalb des Bündnisses, beforscht, entwickelt und erprobt zielgruppengerecht wirksame Instrumente des Innovationsmanagements in der Bioökonomie, die wirtschaftlich, ökologisch und sozial zum Strukturwandel beitragen. Verbundpartner sind die Universität Greifswald und der Greifswalder „Wissenschafts + Technologiepark Nord°OST“ (WITENO GmbH).

Damit aus bioökonomischen Ideen und ersten Erkenntnissen marktfähige Produkte werden, ist vor allem bei Neugründungen eine Gründungsberatung und -begleitung (Rechtsform, Business Plan und Finanzierung, Führung, Organisation...) wertvoll. Eine Befragung unter Teilnehmer*innen eines Innovationsworkshops ergab, dass die

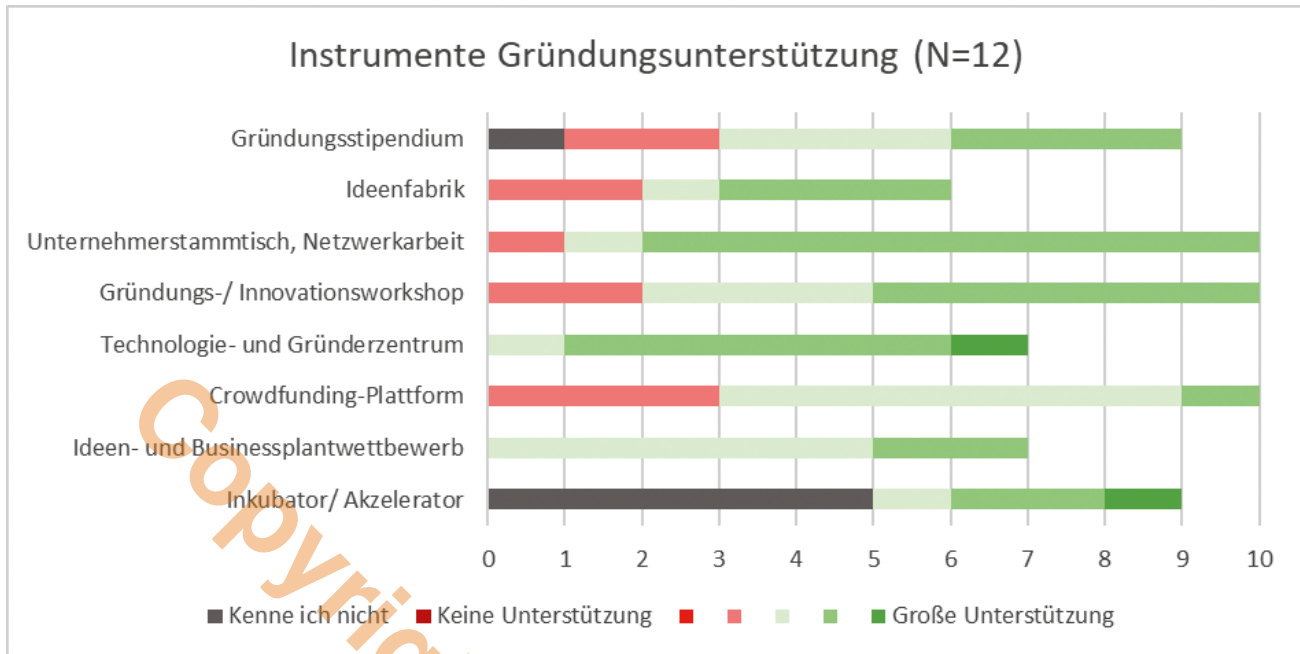


Abbildung 1: Bewertung von Gründungsunterstützungsinstrumenten. Quelle: Eigene Darstellung.

Teilnehmer*innen einige der typischen Instrumente der Gründungsberatung gar nicht kannten bzw. für wenig unterstützend für Gründungen im Bereich der Bioökonomie hielten, andere hingegen große Unterstützung bieten (vgl. Abbildung 1).

Inzwischen gibt es spezifische Förder- und Finanzierungsinstrumente, die auch den Aspekt der Nachhaltigkeit berücksichtigen (z.B. der „green business plan“). Förderinstrumente, die den Fokus spezifisch auf die Bioökonomie legen, fehlen in der deutschen Unterstützungslandschaft aber nach wie vor. Eine Liveumfrage (n=17) im Anschluss an einen Vortrag auf der Jahrestagung des Bundesverbandes der deutschen Innovations-, Technologie- und Gründerzentren sowie Wissenschafts- und Technologieparks in Greifswald ergab, dass bei dem größeren Teil der Technologie- und Gründerzentren die Förderung bzw. Ansiedlung von Gründungsinteressierten und Startups mit dem Fokus Bioökonomie (noch) keine Rolle spielt. Dies ist eine erste Tendenz, die es detaillierter und in größerem Umfang zu erforschen gilt. Fakt ist jedoch, dass die bioökonomische Ausrichtung zukünftig auch neue Aufgaben und Herausforderungen für die Innovations-, Technologie- und Gründerzentren mit Hinblick auf die Gründungsberatung bedeutet, für die Unterstützungsangebote etabliert werden müssen. Dieser Wandel impliziert auch für Gründungsideen, Startups und Existenzunternehmen sich den veränderten Marktbedingungen zu stellen, das Thema Nachhaltigkeit in langfristige interne Strategieentwicklungen zu integrieren und sich dem Konsumentenverhalten anzupassen.

Der Greifswalder „Wissenschafts + Technologiepark NORD°OST“ (WITENO GmbH) nimmt bei dem Thema „Bioökonomie in Zentren“ eine Vorreiterrolle ein, denn für die WITENO GmbH ist das Thema bereits seit 2011/12 mit dem Beginn erster Planungen für ein „Zentrum für Bioökonomie und Plasmatechnologie“ in Greifswald von Relevanz. Ein großes Interesse für die Zukunft besteht in einem auf die speziellen Belange der Bioökonomie ausgerichteten Inkubator-Programm. Bündnisaktivitäten wie in Plant³ und die Zusammenarbeit mit universitärer, wirtschaftswissenschaftlicher Forschung beflügeln den Prozess und unterstützen das Ziel des nachhaltigen, regionalen Strukturwandels.



Angela-Verena Hassel
www.uni-greifswald.de

Zur Definition einer nachhaltigen Zukunftsbranche - Ergänzung zu „Treibhaus“

Exkurs Bioökonomie

Globale, vielschichtige Unsicherheiten stellen die Menschheit vor aktuelle Herausforderungen, die ein grundlegendes Umdenken unseres wirtschaftlichen Handelns erfordern (vgl. Thrän 2020). Das Bewusstsein für die Endlichkeit fossiler Ressourcen, der Anstieg von Treibhausgasen und der unterschiedlich verteilte Zugang zu Nahrungsmitteln – um nur einige zu nennen – führen zu Lösungsansätzen mit globaler Tragweite, die jedoch auf nationale und regionale Gegebenheiten angepasst und auch dort umgesetzt werden müssen (vgl. Dabbert et al. 2017).

Die Bioökonomie bildet hierbei ein innovatives Wirtschaftskonzept, das einen ganzheitlichen transformativen Ansatz zur Lösung globaler und gesellschaftlicher Herausforderungen bietet und gleichzeitig wirtschaftliches Wachstum und Wertschöpfung ermöglicht (vgl. Prochaska 2021).

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) rief 2020 das Wissenschaftsjahr der Bioökonomie aus, und auch die EU verfolgt eine Bioökonomiestrategie. Trotzdem bleibt der Begriff der Bioökonomie in der öffentlichen Debatte erklärungsbedürftig, und vielen Unternehmer*innen fällt es schwer, das Geschäftspotenzial zu erkennen. Dabei ist die Bioökonomie kein abstraktes Konzept; sie bedient bereits heute die großen, umfassenden Märkte der Ernährung, bio-basierten Materialien und Energie.

Im Plant³-Bündnis wird die Bioökonomie definiert als ein „branchenübergreifendes Wirtschaftskonzept basierend auf biogenen Ressourcen (land-, forst- und marinewirtschaftliche Erzeugnisse), biologischen Verfahren und biologischem Wissen. Sie umfasst alle Akteure, Relationen und Prozesse der Erzeugung, Verarbeitung, und weitergehenden Inwertsetzung biogener Ressourcen sowie damit verbundener Dienst-

leistungen, Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten“ (vgl. Plant³-Bündnis). Der Transformationsprozess muss hierbei durch mindestens einen der in nachfolgender Abbildung dargestellten Pfade verfolgt werden.

Literatur

- Dabbert, Stephan; Lewandowski, Iris; Weiss, Jochen; Pyka, Andreas (2017): Editorial. In: Stephan Dabbert, Iris Lewandowski, Jochen Weiss und Andreas Pyka (Hg.): Knowledge-Driven Developments in the Bioeconomy. Cham: Springer International Publishing (Economic Complexity and Evolution), S. v–x
- Plant³-Bündnis (2020): <https://biooekonomie.uni-greifswald.de/#definition> online im Internet, abgerufen am 20.10.2021 11:45 MEZ
- Prochaska, Leonard (2021): From Biotechnology to Bioeconomy: Policy Transition, Spatial Implications, and Regional Path Development. Unter Mitarbeit von Daniel Schiller. Greifswald: Universität Greifswald.
- Thrän, Daniela (2020): Einführung in das System Bioökonomie. In: Daniela Thrän und Urs Moesenfechtel (Hg.): Das System Bioökonomie, S. 1–20



Abbildung:
Transformationsprozess der Bioökonomie.
Quelle: Eigene Darstellung
Uni Greifswald
(<https://biooekonomie.uni-greifswald.de/#definition>)

Paula Brandt

WHY I CARE

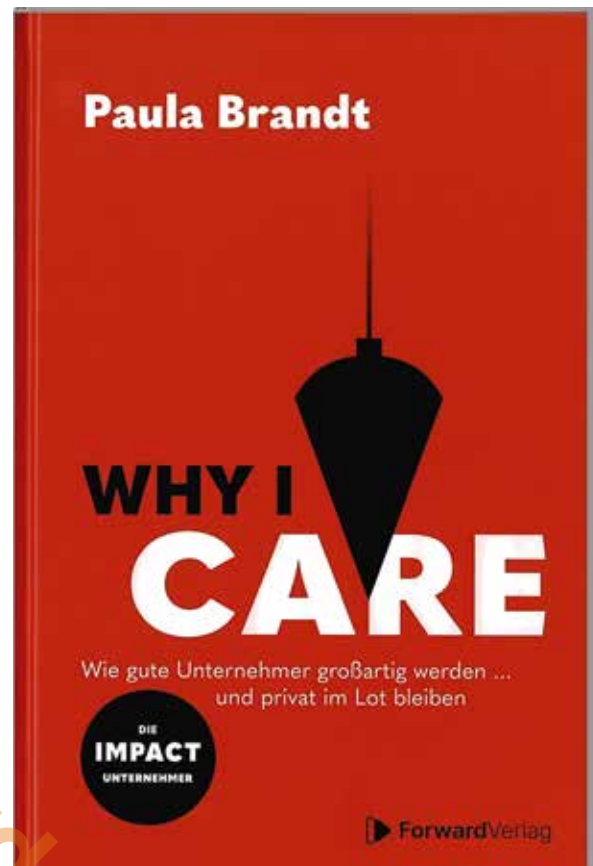
**Wie gute Unternehmer großartig werden
... und privat im Lot bleiben**

Ich habe in den letzten fast 25 Jahren zahlreiche Menschen gecoacht, die ihr eigenes Unternehmen aufbauen wollten. Da kamen viele Menschen, die mit ihrem Startup Probleme lösen wollten. Das Unternehmen sollte natürlich auch erfolgreich sein. Einige arbeiteten nur auf den Exit zu, der bitte schnell kommen sollte, damit sie reich werden. Wiederrum andere wollten der Welt etwas Gutes tun. Ob dabei das Unternehmen skalieren würde und sie vielleicht einen Exit viel verdienen konnten, war ihnen gleichgültig. Bei der Vermittlung von Finanzierungen wurde immer öfter gefragt, wie schnell denn das Startup skalieren würde.

Nun lese ich dieses Buch. Der Klappentext des Buches formuliert: Quer durchs Unternehmertum gibt es Unternehmer*innen, die Verantwortung übernehmen und für Werte stehen. Sie werfen ihre ganze Power in die Waagschale, um Wirtschaft ... zu gestalten. Ja, man kann viel darüber philosophieren, ob und wie man (mit einem Unternehmen) erfolgreich oder nachhaltig oder, besser noch, beides ist. Natürlich sollte bei alledem auch das Unternehmen nachhaltig (und) erfolgreich sein.

Es ist die Diskussion der heutigen Zeit. Da darf man (oder muss man) Fragen stellen. Was ist Erfolg? Was ist Nachhaltigkeit. Was braucht die Zukunft? Was ist die Rolle des Menschen? Was ist die Rolle der Unternehmen? Dieses Buch liefert eine ganz andere Betrachtung des Unternehmertums. Diesen im Buch versteckten Gedanken finde ich sympathisch. Der Mensch rückt ein wenig mehr in den Mittelpunkt, die Work-Life-Balance ist mehr denn je aktuell.

Ich habe in meiner Zeit als Berater und Coach im Laufe der Zeit immer häufiger erlebt, dass Gründerpersonen eine Vision verfolgen wollten. Ich habe sie von jedem erbeten, der mein Coaching wollte. Ich habe immer wieder die Frage nach den Motiven, nach dem Antrieb gestellt. Viele fanden neue Sichtweisen – auf ihr Tun, ihr Leben und ihre Ziele. Gründerpersonen müssen über das Geschäftsmodell nachdenken. Und hier sind (plötzlich?) die eigene Persönlichkeit, die eigene Vision eine Art Messlatte für das Geschäftsmodell. Auch hierzu bietet das Buch praktische Übungen an, die schon mal „Quiz“ genannt werden.



Das Buch zwingt den Leser, über sich selbst und die Aussagen im Buch nachzudenken, seine eigene Position, seine Vision, ja auch seine Motivation zu hinterfragen. Hier und da ist es fast eine philosophische Diskussion, die das Buch mit dem Leser führt. Bei alledem ist das Buch sehr angenehm zu lesen. Ein wunderbarer Begleiter durch das Unternehmertum.

Paula Brandt

WHY I CARE

Wie gute Unternehmer großartig werden ...
und privat im Lot bleiben

Forward Verlag Paderborn

ISBN: 978-3-947506-73-6

Hardcover gebunden, 16,3 x 24 cm, 400 Seiten

1. Auflage November 2021

29,90 EUR

UNSER BUCHTIPP

Der Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft steht für zukunftsorientierte Unternehmen

Die etwas andere Stimme aus der Wirtschaft

Wenn es in der Tagesschau mal wieder heißt, „die“ Wirtschaft würde vor zu viel Klimaschutz warnen, dann wird bei dieser Aussage ein wichtiger Teil unserer Wirtschaft vergessen und ausgeblendet. Wenn in der Zeitung zu lesen ist, „die“ Wirtschaft lehne das Lieferkettengesetz als Belastung ab, dann sind damit nicht die heute schon nachhaltig wirtschaftenden Unternehmen und grünen Startups gemeint. Genau diesen zukunftsorientierten Unternehmen gibt der Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft (BNW) eine Stimme.

Gegründet 1992, kann der BNW e.V. auf eine dreißigjährige Verbandsgeschichte zurückblicken. Erfolge in dieser Zeit waren beispielsweise das EEG und die Ökosteuern. Der BNW stößt immer wieder Debatten für die sozial-ökologische Transformation der Wirtschaft an – und das wirkt: die Einführung eines CO₂-Preises, das Lieferkettengesetz, die Grüne Taxonomie oder ein Corona Konjunkturprogramm, das grüne Investitionen fördert, sind Meilensteine für die nachhaltige Wirtschaft.

Mehr als ein Trend - Nachhaltiges Wirtschaften ist gekommen, um zu bleiben

Als unabhängiger Unternehmensverband setzt sich der BNW für Umwelt- und Klimaschutz ein, ist als gemein-

nützig anerkannt und führt eine Reihe von Bildungsprojekten durch. Mitten in der Krise konnte der Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft ein Mitgliederwachstum um +25 Prozent erzielen. Der BNW ist nun so stark wie noch nie, steht für mehr als 550 Unternehmen und mehr als 120.000 Arbeitsplätze. Daneben verankerte der Verband viele Kernanliegen im Koalitionsvertrag: früherer Kohleausstieg, CO₂-Mindestpreis, nationale Kreislaufstrategie, Einführung eines Recycling-Labels, Ökologisierung der Landwirtschaft und angekündigte Verbesserungen für die gemeinwohlorientierte Wirtschaft und soziale Innovationen. Der BNW wird gemeinsam mit seinen Mitgliedern dafür sorgen, dass sich in der großen Transformation die echte Nachhaltigkeit durchsetzt.



© BNW e.V.

Wirtschaft, Soziales und Ökologie gehören zusammen

Nachhaltig wirtschaftende Unternehmen und Startups betrachten die drei Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales als gleichberechtigt (die sogenannte Triple Bottom Line). Das heißt, hier geht es nicht um eine reine Profitmaximierung. Glaubwürdig nachhaltig ist ein Unternehmen immer dann, wenn es die Nachhaltigkeit im Kerngeschäft verankert – also in den Produktionsprozessen, beim Kernprodukt oder bei der Kerndienstleistung. Und nicht nur als hübsche CSR-Maßnahme drumherum.

Der Anteil der grünen Startups wächst. Nach dem Green Startup Monitor beträgt der Anteil der grünen Startups an allen Startups in Deutschland 30 Prozent. Und die Hälfte der Startups hat immerhin ihre gesellschaftliche/ ökologische Wirkung in den Key-Performance-Indikatoren integriert. Die Gründer*innen achten also verstärkt darauf, ihr unternehmerisches Handeln nicht losgelöst von den planetaren Grenzen und den sozialen Nachhaltigkeitsleistungen zu sehen. Das ist gut so – und dennoch ist noch Luft nach oben. Denn natürlich muss nachhaltiges Wirtschaften auch schon in der Bildung, in der Schule und in den Universitäten vorkommen. Daran setzt zum Beispiel das mehrfach ausgezeichnete BNW-Bildungsprojekt „Umweltprofis von morgen“ an, in dem sich Schüler*innen in einem schulbegleitenden einjährigen Programm vertieft mit Aspekten des nachhaltigen Wirtschaftens beschäftigen.

Der Zukunftswirtschaft eine Stimme geben

Immer wieder initiiert und koordiniert der BNW Bewegungen wie die Wirtschaftsinitiative „Entrepreneurs For Future“. Es ist wichtig, dass sich die Akteure der zukunftsorientierten Wirtschaftsverbände zusammentun. Bündnisse schmieden. Im Vorfeld der Bundestagswahl koordinierte der Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft darum einen Forderungskatalog für mehr Klimaschutz mit 26 weiteren Verbänden. Über seinen europäischen Dachverband Eco-preneur.eu bezieht der BNW auch in Brüssel Stellung.

Die Wissenschaft ist sich einig – das jetzige Jahrzehnt ist für das Klima entscheidend. Wir müssen jetzt die Rahmenbedingungen in der Wirtschaft ändern, um die Krise von morgen abzuwenden. Der Umbau unseres Wirtschaftssystems ist hier der zentrale Hebel. Die sozial-ökologische Transformation vereint Klima- und Umweltschutz mit Sozialem und Wirtschaftlichkeit.

CO₂ Äquivalent, kurz CO₂e, ist eine Maßeinheit, die den Effekt aller Treibhausgase aufs Klima vergleichbar machen soll. Zum Treibhauseffekt tragen verschiedene Treibhausgase bei. Neben CO₂ gehört dazu beispielsweise auch Methan und Lachgas.

Walk your talk

Der Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft redet nicht nur über Nachhaltigkeit, sondern setzt sie auch um. Es ist dem Verband ein zentrales Anliegen, sowohl durch die Inhalte der alltäglichen umwelt-politischen Arbeit und das Handeln als Wirtschaftsverband als auch durch die Entwicklung und Umsetzung von Projekten zum Wissenstransfer, einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten.

Für die Geschäftsstelle des BNW wurde bereits sowohl eine Gemeinwohlbilanz als auch eine Klimabilanz erstellt. Alle Mitarbeiter*innen legen ihren täglichen Arbeitsweg mit Bus & Bahn bzw. Fahrrad & zu Fuß zurück. Bei der Ausrichtung von Veranstaltungen achtet der Verband auf eine regionale, vegetarische Verpflegung in Bio-Qualität. In der 2019 erstmalig erstellten Bilanz wurden neben den direkten Emissionen (Scope 1), den indirekten Emissionen aus Energiebezug (Scope 2) auch andere indirekte Emissionen (Scope 3) erhoben – das Ergebnis: 7,25t CO₂e-Emissionen. Die Arbeit vom Bundesverband Nachhaltige Wirtschaft wird maßgeblich durch den in der Satzung verankerten Vereinszweck sowie den Zielen zur Förderung des Umwelt- und Klimaschutzes geleitet. Der Schwerpunkt liegt auf dem Ausbau und der Stärkung von ökologischem, sozialem und innovativem Wirtschaften. Im Rahmen der Initiative Transparente Zivilgesellschaft hat sich der BNW schon 2017 zur Transparenz verpflichtet und stellt seitdem alle erforderlichen Informationen auf der Webseite zur Verfügung.

Wir freuen uns über Verstärkung!



Dr. Katharina Reuter
www.bnw-bundesverband.de

© Stephan Roehl

Fleischgenuss – bei Qualität und fairen Preisen

MeatApp

Wir alle kennen die Diskussion um Fleisch als Nahrungsmittel. Auf der einen Seite werden die Preise diskutiert, weil hohe Preise für viele Konsumenten kaum bezahlbar sind. Andererseits wird die Qualität diskutiert, weil Tierwohl und Nachhaltigkeit bzw. damit verbunden eine gesunde Ernährung im Vordergrund stehen soll. In der globalisierten Welt lassen sich hehre Ziele aber nicht „über Nacht“ erreichen. Hier wird das Startup MeatApp aktiv und bietet einen Weg, Qualitätsfleisch zur Zufriedenheit von Metzgern und Konsumenten auf den Markt zu bringen.



Die Plattform MeatApp.de ist ein Marktplatz für Fleisch und Fleischerzeugnisse. Konsumenten wählen die gewünschten Spezialitäten bei den besten regionalen Metzgern und lassen sich diese nach Hause liefern. MeatApp ist die digitale Brücke zwischen qualitäts-bewussten Kunden und den guten Metzgern. So realisiert man Vorteile für Landwirte und Metzger einerseits und kulinarische Erlebnisse für Konsumenten andererseits.

Die Kunden von MeatApp legen Wert auf hohe Fleischqualität. Sie verbinden Verantwortung und Genuss und damit Tierwohl und Qualität. Verstärkt kommen sie aus Städten, da es dort häufig besonders aufwendig ist Premium-Fleischwaren zu kaufen. Inzwischen kommen aber auch Kunden aus ländlichen Regionen, die auf überregionale Spezialitäten zurückgreifen möchten.

MeatApp hat eine Vision: „Shaping the future of craft butcheries.“ Menschen wertschätzen Fleisch und nehmen es nicht als selbstverständlich. Deutlich weniger Massentierhaltung und Wachstum des Kulturguts Metzgerhandwerk.



MeatApp realisiert wie schon beschrieben Vorteile für alle Beteiligten. Dabei fallen beim Metzger kaum



Kosten für Investitionen an, die Online-Vermarktung durch MeatApp ist preiswert und risikoarm, das Marketing läuft über viele Kanäle und liefert so laufend neue Kunden. Motto: Der Metzger packt, MeatApp wickelt ab.

MEATAPP – Fleischgenuss mit Bewusstsein:
GUTEN APPETIT!

www.meatapp.de
www.facebook.com/MeatApp.de

Massivholzmöbel exklusiv & zeitgemäß

Echt nachhaltige Designermöbel

OPA ERWIN ist eine Manufaktur, die konsequent nachhaltige Möbel in qualitativ hochwertigem Design herstellt. Dazu gehört auch das Fällen geeigneter Bäume im nahen Umkreis. Wir müssen die Herkunft des Holzes kennen und wollen nur regionale Hölzer nutzen. Notwendige Kooperationen sollen fair sein bei angemessener Bezahlung. Alle Möbel werden ohne Leim zusammengefügt und ausschließlich mit Naturöl behandelt. Unsere Mission sind ebenso hochwertige wie langlebige und nachhaltige Möbel.

Das Design dieser Möbel entsteht in Kooperation mit professionellen Designern, und es ist puristisch und schlicht. In dieser Manufaktur werden ausschließlich Möbel für „OPA ERWIN“ hergestellt.

Der Rat für Formgebung hat die „ORIGINS“-Kollektion von OPA ERWIN bei den ICONIC AWARDS 2022: Innovative Interior in der Kategorie Furniture ausgezeichnet!



Mondholz für "ehrliche" Möbel

Bei abnehmendem Mond im Winter geschlagenes Holz ist ausgesprochen dicht gewachsen, sehr gut zu trocknen und maßhaltig. Es ebenso charaktervoll gezeichnet von der Natur wie robust und langlebig. Damit ist das Holz optimal geeignet für anspruchsvolles Möbeldesign. Diese Möbel sind Unikate: Geokoordinaten auf den Möbelstücken zeigen auf den Standort, des verarbeiteten Baumes. So kennt jedes Möbelstück seine Herkunft.

Leidenschaft für Nachhaltigkeit

Der Gründer kombiniert in seiner Manufaktur die Leidenschaft für Holz, Metall und Handwerk mit der Welt des Designs. Großvater Erwin unterstützte den Gründer bei der handwerklichen Entwicklungsarbeit und lieferte so auch Inspirationen zur Möbeldesign. Daher trägt das Unternehmen heute seinen Namen: OPA ERWIN.

OPA ERWIN: Möbel-Manufaktur in dritter Generation.

www.opaerwin.design
www.facebook.com/opaerwin.design/
www.instagram.com/opaerwin.design/

Nachhaltige Designermöbel



© Fotos Jonas Hellmann

OPA ERWIN

48° 01' 39.5" N
09° 17' 49.0" O

„Du bist doch Ingenieur, also wie kommst du auf Desinfektionsmittel?“

Die Geschichte einer Gründung

Das ist eine der typischen Verwunderungen, die ich sehr oft von anderen höre, die mich kennenlernen. Tatsächlich hat das eine mit dem anderen im ersten Augenschein wenig miteinander zu tun. Tatsächlich aber startete ich als Ingenieur mit handz und erreichte innerhalb von 10 Monaten ein deutschlandweites Listing beim dm Drogeriemarkt. Wie diese Geschichte sich entwickelte? Hier mein kleiner Bericht ...

Während des ersten Lockdowns ging ich wie gewohnt in die nahegelegene Drogerie, um meinen monatlichen Bedarf an adäquater Männerpflege zu decken.



© handz GmbH

Zu dieser Zeit war die Nachfrage nach Hygieneartikeln deutlich gestiegen. Ich denke, jeder hat die Situation erlebt, als der Griff zum Toilettenpapier oder zum Desinfektionsmittel ins Leere ging.

Am gleichen Abend beschwerte sich meine Mutter über ihre trockenen und rissigen Hände, was offensichtlich eine Folge des Gebrauchs von stark austrocknenden „0-8-15“-Desinfektionsmitteln war. Das Problem wurde damit mehr als deutlich. Dies regte mich an, eine Lösung zu suchen, denn als Ingenieur löst man bekanntlich Probleme.

Bei meiner Analyse des Problems kam ich sehr schnell zu der Erkenntnis, dass die meisten Desinfektionsmittel die Haut ziemlich stark austrocknen, nach Tequila riechen, extrem schlecht zu dosieren sind, die Hände verkleben und überhaupt absolut unsexy sind. Eine „alteingesessene“ Produktkategorie. Also war das Konzept schnell klar: Desinfektionsmittel mussten auf das nächste Level gehoben werden!

Ich begann also in meinem heimischen Labor zu „basteln“ – also „handz on“. Die ersten Probchen mischte ich mal eben selbst zusammen. Aufgrund meines Backgrounds aus der chemischen Verfahrenstechnik kannte ich mich mit den Rohstoffen und deren Entwicklung bereits bestens aus.

Nun haben bekanntlich Ingenieure, so wie ich auch, eine systematisch-analytische Arbeitsstruktur. Also startete ich in den nächsten Steps eine aufwändige Supply-Chain mit mehreren Lieferanten, und das vollständig Remote. Innerhalb einer Highspeedphase von gerade einmal sechs Monaten war handz am 4. Oktober 2020 ready to launch. Ich fühlte mich schon etwas wie ein wannabe Tony Stark 😊.

Es folgten Learnings über Learnings, vom TV-Auftritt bei Pro Sieben Galileo bis zu deutschlandweiten Listings bei namhaften Kunden. Ich erlebte eine echte Erfolgsserie. Dabei sind wir noch lange nicht am Ziel und wollen unseren Beitrag mit einem coolen Produkt im Kampf gegen die Pandemie weiterhin leisten. Wir brennen für unsere Produkte und wollen auch in 2022 den Fokus auf Agilität, Schnelligkeit und Effizienz legen. Ziel ist es, unsere Expansionspläne umzusetzen.

Liebe Leserin, lieber Leser: Aus welcher Branche kommst eigentlich du? Wann kann ich deine Geschichte lesen?



www.handzcare.de

Investment- entscheidungen per App



Privatinvestoren suchen immer wieder nach einer allumfassenden mobilen Lösung, mit deren Hilfe sie die eigenen Wertpapierportfolios im Blick halten, sowie neue Investitionen finden und planen können. Die neue App von insyt finance ermöglicht es Nutzern, ihr individuelles Anlagepotenzial einzuschätzen.

insyt – das ist in erster Linie ein Werkzeug für Echtzeitbewertungen und -analysen, ein Komplementärprodukt zu jeder Trading-App. Auch Kryptowährungen können getrackt werden. Die insyt App ist eine „All-in-One-Lösung“ mit verschiedenen Features, die die gesamte „Investmentreise“ von Privatinvestoren abdeckt. Damit kann sich in einer App vom Lernprozess, Planung und Analysen alles abspielen, ohne lästig zwischen verschiedensten Plattformen wechseln zu müssen.

Hinter dieser innovativen Idee steckt das neu gegründete Unternehmen insyt finance aus Düsseldorf; Gründer sind Christoph Mauer, Roberto Schneider, Paula Bach und Alexander Wildrath.

Gleichzeitig bringt eine starke Social Media Präsenz (primär Instagram) von Anfang an einen intensiven Austausch mit mobilen, privaten Investoren mit sich. Dieser Austausch fördert zusätzlich die finanzielle Selbstbildung und ermöglicht es insyt, direktes Feedback von Nutzern zu erhalten und Wünsche in der Feature-Roadmap zu berücksichtigen.

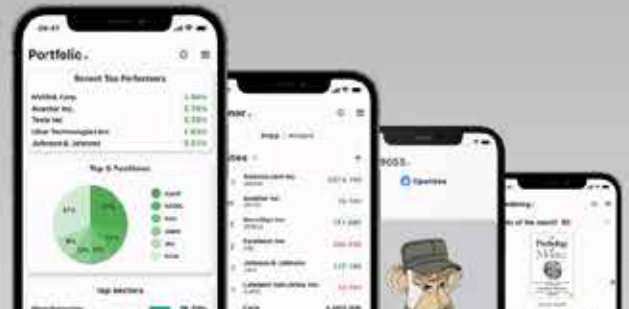
Die insyt-App wendet sich an die internationale, mobile Investment-Community, also private Investoren vom Anfänger bis zum Fortgeschrittenen. Die typischen User sind unter 30 Jahre alt, also „Mobile-First-Anleger“, die Neobroker zum Handeln nutzen und ihr Portfolio nicht mehr in Excel planen und verwalten möchten.

www.insyt.finance/de

www.instagram.com/insytfinance/

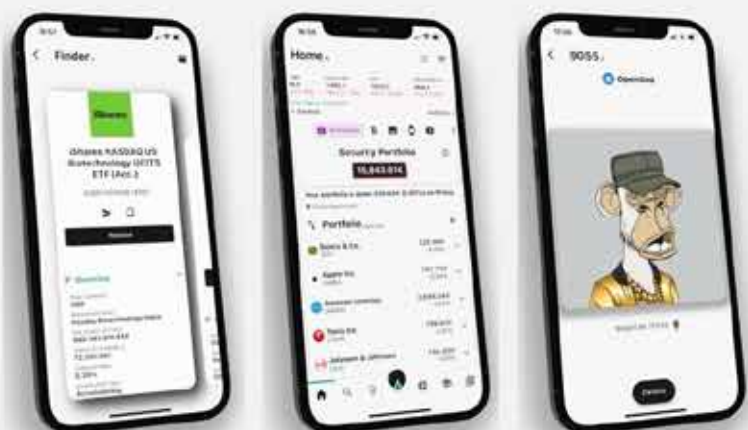
insyt kann dir helfen
unabhängig zu werden.

ETF-Finder, Aktien, Krypto, Portfolio-Analyse, News, Planner, Live-Preise, Academy, Alles in einer App.



© insyt finance

insyt finance:
Investments finden
Vermögen aufbauen.
Für's Alter vorsorgen.



Annas Kinderkochschule für zu Hause



Das interaktive Kinderkochbuch „Probier's doch mal“ bringt die Kochschule direkt zu den Kindern nach Hause. Zusammen mit dem Buch, erhält man den Zugriff auf die gleichnamige App. Durch Abscannen der QR-Codes auf den einzelnen Buchseiten, gelangen die Kinder – oder auch die Eltern – zu den passenden Audiodateien in der App und können sich das Rezept Schritt für Schritt zusätzlich anhören.

Einladung zur Kreativität

Bisher gibt es das so nicht auf dem Markt und somit setzt sich unser Kochbuch deutlich von der Konkurrenz ab. Mit diesem neuen Produkt werden alte Kochbücher abgelöst, es kommt "frischer Wind" in die Küchen der Familien. Dieses Konzept ist auf viele verschiedene Bereiche erweiterbar, so dass diverse Buchreihen denkbar sind.

Der Name „Probier's doch mal“ soll eine Einladung sein, selbst kreativ zu werden und keine Scheu davor zu haben, etwas Neues auszutesten.

Zeitgemäß – gesund – nachhaltig

Probier's doch mal steht für nachhaltigen Buchdruck mit Recyclingnaturpapier, einem interaktiven Lernkonzept und die Nähe zum Kunden. Diese Kunden sind an Nachhaltigkeit und gesunder Ernährung interessiert. Sie möchten ihren Kindern etwas Sinnvolles und Lehrreiches schenken – etwas, das auch ein Erlebnis ist. Deshalb dieses Kinderkochbuch.

Eine starke Marke

Probier's doch mal soll nicht nur ein Buch bleiben. Es soll zu einer Buchreihe und damit zu einer Marke heranwachsen. In 10 Jahren soll eine starke Marke aufgebaut werden, mit hoher Kundenzufriedenheit und guter Qualität.

Dein interaktives Kinderkochbuch

www.probiersdochmal.com



© Probiers doch mal



*Moderne Büro- & Laborflächen
finden ist keine Wissenschaft*

Copyright Hardenberg Institut

HIER STIMMT DIE CHEMIE!

Zentral im Büropark Hagen-Campus gelegen
bietet der moderne Technikstandort
Gottfried-Hagen-Str. 20 in Köln-Gremberg
attraktive Flächen:

Neben Reinraumnutzung stehen auf rund
8.500 m² auch Flächen für Labornutzung
mit bester ÖPNV-Anbindung und
110 Tiefgaragen-Stellplätze zur Verfügung.

**Keine Experimente, wenn es um
partnerschaftliche Vermietung geht:**

Kommunikation – nicht nur für Startups

„Sprichst du noch oder wirst du schon gecoacht?“

Alle reden von Kommunikation aber keiner getraut sich den Mund aufzumachen, alle haben Kommunikations-Coachs, die sie beraten: Politiker, Vorstandsvorsitzende, Kardinäle, Päpste, Medientycoons etc. etc.. Und je mehr alle über Kommunikation reden, um so mehr landen wir im Gewirr und Gefasel des Turms von Babel.

Kommunikation ist ja nicht das „Mehr Fortschritt wagen“ und keiner glaubt dran, weil sich die Schlinge um seinen Hals immer enger zieht. Kommunikation ist auch nicht das Impulsgebende: „Es werde Licht!“ – mit der fatalen Folge: doch Jesus fand den Schalter nicht oder der Morgengruß in der zerrütteten Ehe: „Guten Morgen!“ mit der Antwort: „Wie meinst Du das?“. Kommunikation ist schon ‚irgendwie‘ das effiziente Sender-Empfänger-Dings, bei dem das, was ich dir sage, bei dir auch ankommt.

Nun ist das aber, wie wir seit Jahrtausenden wissen, alles andere als einfach. Immer wieder sind die Dinge kommunikativ aus dem Ruder gelaufen. Nicht umsonst heißt es bei Matthäus 5:37 im Neuen Testament (Ha! Ich bin bibelfest!):

„Eure Rede sei Ja, Ja; Nein, Nein. Was darüber ist, das ist von Übel“. Gut, das wird vielleicht nicht immer reichen, aber das Prinzip stimmt. Und wenn Matthäus (nein nicht der Loddar sondern der Apostel, auch wenn der Loddar sich immer bemüht, eindeutig zu sein, aber dieses Bemühen entspricht eher der Bedeutung des Wortes in Personalbeurteilungen: „er hat sich bemüht...“), wenn also Matthäus die schlichte, wahre Rede anmahnt, dann wird er schon gewusst haben, warum und das zeigt, dass auch damals schon das ganze Spiel aus der Reihe gelaufen war. Ich meine, Beispiele für schräge Kommunikation gibt's in der Antike ja wirklich genug: ich sage nur „der brennende Dornbusch“, was ist das denn für eine Kommunikation, bei der sich Gott wie Sirius Black bei Harry Potter ins Feuer legt (der eine in den Kamin,



der andere in den Dornbusch) und dann irgendwelches Zeug züngelt. Klarer Fall: Gott hatte keinen Kommunikationscoach.

Da war Sirius Black tatsächlich besser. Nachdem wir aber nun in einer Zeit Leben, der die Naivität abhanden gekommen ist, weil sie alles außer sich selbst googeln kann und damit – fast – allwissend ist, geht nix mehr einfach so. Was aber dann beim Coachen alles schiefgehen kann, sehen wir auch jeden Tag. Nehmen wir mal einen kirchlichen Würdenträger, Abteilung katholisch, Kleiderschrank voller Extrem-Klamotten Marke Unisex, sagen wir mal: in Köln. Damit's anonym bleibt nennen wir ihn mal Wolke, nein, das wäre zu groß, kleiner: Wölki. Er hat ca. 2 Millionen followers und eine Reihe crew-Mitglieder, unter denen allerdings ein ganzer Haufen Drecksäcke sind. Die vergrapschen und vergehen sich an jungen Menschen und tun überhaupt Dinge, die man nicht tun darf, schon gar nicht so einer. Jetzt kommt das alles heraus und unser Wölki ist in der Zwickmühle. Wie sagt er's seinen followers und soll er es ihnen überhaupt sagen? Also: wie soll er das kommunizieren? Es soll ja zum einen weder an ihm noch an der Kirche hängen bleiben, es soll aber auch die followers nicht verärgern. Grad heraus sagen, nach dem Motto: „Ja, Ja; Nein, Nein?“. Er zögert. Da fallen ihm die Coaches ein, in seinem Fall kommunikationserfahrene Rechtsanwälte. Die haben schon der Stadt Köln in vielen prekären Dingen zur Seite gestanden, Fraktionsvorsitzenden und anderen politischen Größen, Industriegrößen, DFB-Präsidenten, verdienten Fußballstars, westfälischen Schlächtern etc. etc.. Die wissen: Reden ist Silber, aber Schweigen ist Gold. Denn (und das steht in der Präambel des rheinischen Grundgesetzes): Nur was unterm Teppich ist, ist auch vom Tisch. Also geben sie Wölki den Bunkerbefehl: alle Informationen bunkern, nix rauslassen, nix sagen.

Dabei aber vergessen sie völlig, dass Kommunikation nicht unabhängig ist vom Gegenstand, über den kommuniziert werden soll: Covid-Mitarbeiter im Schlachthof sind was anderes als von Priestern vergewaltigte Jungs. Und sie ist nicht unabhängig von der Person, die kommuniziert. Von Tönnies wissen wir, dass er nie sagen wird, was in den Würsten drin ist, von Wölki erwarten wir, dass er seinen eigenen Regeln entspricht: „Deine Rede sei Ja, Ja; Nein, Nein.“ Tönnies braucht keine Nächstenliebe ins Fleisch packen, Wölki muss es. Und wenn die Juristen das vergessen dürfen – er darf es nicht.

Also: denkt daran: die beste Kommunikation ist, einfach zu sagen, was ist. Die Politik hat es nie gelernt, die katastrophalen Folgen erleben wir. Die Startups sollten es lernen: es hilft und spart Kosten, nämlich die für den Coach!

KONRAD BEIKIRCHER stammt aus Südtirol, lebt aber schon lange im Rheinland, seit einigen Jahren auf dem Katharinenhof in Bonn. Nicht nur hier arbeitet er als Kabarettist, Komponist und Autor – er schreibt auch für den RheinZeiger. So entstand auch das Buch „11+1 Argumente für Köln“ – zu kaufen im Hardenberg Institut.



Konrad Beikircher
www.beikircher.de

© Thomas Rodriguez

LAST CALL

Startup Village auf der insureNXT CGN

Am 18. und 19. Mai 2022 findet zum zweiten Mal die insureNXT CGN statt, die internationale Kongressmesse für Innovation in der Versicherungswirtschaft in Köln. Die Messe bietet sowohl eine Teilnahme in Präsenz als auch digital an. Speaker ist unter anderem Oscar Escalante aus der Startup Unit von KölnBusiness. 15 Startups haben über KölnBusiness die Möglichkeit, kostenlos im Startup Village dabei zu sein.

www.koeln.business oder www.insurenxt.com/de/



Vermietung von Räumen – eine Aufgabe ganz nebenbei

Gründerzentren: Aufgaben – Rolle – Status

Das Gründermagazin RheinZeiger schreibt über Existenzgründung und Entrepreneurship. Wir sind im Gespräch mit Gründern, mit der Politik, mit Wirtschaftsförderern und mit den Gründerzentren. Die wiederum sind zum großen Teil im „Bundesverband der Innovations-, Technologie- und Gründerzentren (BVIZ)“ miteinander verbunden. Gründerzentren gibt es in Deutschland seit etwa Mitte der 1980er Jahre. Heute gibt es in Deutschland über 400 Zentren. Leider ist deren Mission oftmals zu wenig bekannt.

Wer eine „Definition“ von Innovations-, Technologie- und Gründerzentren (ITGZ) sucht, wird außer beim Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, bei Wikipedia, in jährlichen Startup-Monitoren oder auch beim BVIZ fündig. Der Name zeigt, dass sie etwas mit Existenzgründern zu tun haben. Das deutet vielleicht auch auf Innovation hin. Einige Ausführungen finden sich unter rheinzeiger.de. Aus all diesen Darstellungen lässt sich grundsätzlich ableiten, was man sich unter Gründerzentren vorstellen muss. Dennoch wird immer wieder darüber diskutiert, und es bleibt am Ende die Frage, wie denn nun Gründerzentren konkret arbeiten.

Status Quo

In Deutschland gibt es über 400 Gründerzentren. Über Sinn und Zweck dieser TGZ wird viel diskutiert. Manch einer hält sie für sinnvoll und nützlich, weil sie beispielsweise die Wirtschaftsförderung unterstützen. Andere sehen sie skeptisch und bezeichnen sie zuweilen sogar als „Möchtegern-Gewerbezentren“. Richtig ist in jedem Fall, dass hier neu gegründete Unternehmen an der kommerziellen Verwertung von Produkten arbeiten, diese in manchen Fällen jedoch noch zur Marktreife entwickeln müssen. Diese Startups haben das Gründerzentrum als ersten Standort gewählt, und das nicht ohne Grund.

Stellen Sie sich vor, Sie werden zum Geschäftsführer eines TGZ bestellt. Da stehen Ihnen zahlreiche Startups erwartungsvoll gegenüber. Was jetzt?

Es war einmal vor vielen Jahren, als die Stiftung Warentest eine Untersuchung der allgemeinen Gründerberatungsqualität in TGZ durchführte. Das Ergebnis der Untersuchung war für die meisten untersuchten Institutionen beinahe vernichtend. Andererseits wurde durch die Untersuchung klar, wie komplex eine solche Fragestellung ist. Es zeigte sich, dass Gründerberatung nicht einfach ein Gespräch von 15 Minuten ist und schon gar nicht mal eben nebenbei geleistet werden kann.

Startups suchen Antworten

Gründer*innen haben Fragen, und sie suchen Antworten. Sie suchen eine qualifizierte Beratung, vertraulich und möglichst preiswert, besser noch kostenfrei. Es geht um Strategien und Geschäftsmodelle, um Führung und Networking, um Persönlichkeit und andere Unterstützung. Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen sind beispielsweise diese:

- 1) Qualifizierte Beratung der Gründerpersonen
- 2) Coaching und Persönlichkeitstraining
- 3) Anleitung bei der Entwicklung eines Unternehmenskonzeptes
- 4) Unterstützung bei der Entwicklung eines Geschäftsmodells
- 5) Vermittlung von Partnern und Geldgebern
- 6) Informations- und Networking-Events
- 7) Seminare und Workshops
- 8) Förderung des Markteinstiegs der jungen Unternehmen
- 9) Bereitstellung von Räumen und Infrastruktur

Vermietung ist also auch Thema, aber nur am Rande. Im Falle von TGZ ist dies eine eher kleinteilige Vermietung, die durch Fluktuation, aufwendiges Vertragsmanagement und bei Biotechnik-Unternehmen durch den Bedarf an spezieller Laborinfrastruktur gekennzeichnet ist.

Betrachtet man die Definitionen von Gründerzentren so fällt auf, dass immer auch davon geredet wird, über die Startups Innovationen in den Markt zu bringen. Das aber bedeutet, dass diese Zentren an der technologischen Wei-

terentwicklung, an der Gestaltung der Zukunft mitwirken. Damit kommt diesen Zentren weitere Funktionen zu:

- 10) Aktive Mitwirkung bei der regionalen Wirtschaftsförderung
- 11) Scouting innovativer Technologien, Initiativen und Startups
- 12) Technologiediskussion und -entwicklung
- 13) Technologische Beratung von Startups
- 14) Mitwirkung beim Wissens-, Informations- und Technologietransfer
- 15) Kommunikation technologischer Entwicklungen
- 16) Kommunikation mit Wirtschaft, Politik und Gesellschaft

Zusammenwirken im Gründerökosystem

Die TGZ haben damit eine sehr klar beschriebene und durchaus hochkarätige Aufgabenstellung – und dieses sich um Startups kümmern ist ein Fulltimejob. Zudem braucht es neben eine qualifizierten Zentrumsleitung gut funktionierende Gründerökosysteme. Ein qualifiziertes Miteinander der Institutionen im Gründerökosystem ist aber nicht selbstverständlich; es erfordert einen Kümmerer, beispielsweise eine Startup Unit.

Bei den Gründerzentren zeigt sich noch ein spezieller Aspekt, der sie klar von Gewerbegebieten oder „Möchtegern-Gewerbezentren“ unterscheidet. Gewerbegebiete sind eher eine Ansammlung von teils sehr unterschiedlichen Unternehmen, die nicht unbedingt untereinander in Beziehung stehen und deren Portfolio sich auch nicht unbedingt ergänzt. In Gründerzentren hingegen sitzen viele junge Unternehmen quasi Tür an Tür. Sie vereint, dass alle neu gegründete Unternehmen sind, die mit ähnlichen Startschwierigkeiten zu kämpfen haben.

Herausragend bei Gründerzentren ist zudem, dass hier die Insolvenzquote (innerhalb der ersten fünf Jahre) unglaublich niedrig liegt, häufig unter 5 %. Hier zeigt sich, dass ein fast familiäres „gemeinsam sind wir stark“ ebenso hilfreich ist wie die unmittelbare Unterstützung durch die Zentrumsleitung.

Den ausführlichen Beitrag findet man unter www.rheinzeiger.de.



Suchmaschinenoptimierung (SEO) für den Internetauftritt

Mehr Sichtbarkeit im Netz

In Anbetracht der in den letzten Jahren immer weiter gewachsenen Bedeutung des Web und der Online-Präsenzen von Unternehmen, gilt es, die eigene Online-Sichtbarkeit systematisch zu entwickeln. Suchmaschinen und die hierauf ausgerichtete Suchmaschinenoptimierung spielen dabei eine zentrale Rolle, wobei Google mit Marktanteilen von über 90% den Markt dominiert, insbesondere auch im Hinblick auf die immer wichtigere mobile Suche.

Suchmaschinenoptimierung (engl. Search Engine Optimization, SEO) stellt neben der bezahlten Suchmaschinenwerbung die gegenüber der Suchmaschine entgeltfreie Optimierung der organischen Sichtbarkeit dar. Es geht darum, die eigene Seite auf den Suchergebnisseiten (engl. Search Engine Results Pages, SERPs) möglichst auf der ersten Seite und hier möglichst weit vorne zu platzieren, da dies die Wahrscheinlichkeit der Wahrnehmung durch Nutzer erheblich steigert.

Allgemein lässt sich sagen, dass Suchmaschinen Seiten mit einem hohen Mehrwert für ihre Besucher auch mit einem guten Ranking belohnen, denn gute Erfahrungen der Nutzer auf den Zielseiten sind eine starke Werbung für die Suchmaschine. Der genaue Rankingalgorithmus und

Wichtige Rankingfaktoren

- Anzahl eingehender externer Links (Backlinks)
- Interne Linkstruktur
- Linkqualität
- Länge und Qualität der Texte
- Verwendung von Bildern, Grafiken und Videos
- Ladezeiten
- Verwendeter Domain-Name

© Alle Grafiken: Peter Weber

die dabei zur Anwendung kommenden zahlreichen Rankingfaktoren der Suchmaschinen sind im Detail Betriebs-

geheimnisse. In den letzten Jahren wurden aber trotzdem immer wieder wichtige und neue Faktoren von den Suchmaschinen veröffentlicht, um bekannte Schwächen zu beseitigen und Manipulationen des Rankings zu verhindern. Die Suchmaschinenoptimierung lässt sich dabei grob in zwei Bereiche unterteilen, die On-Page-Optimierung und die Off-Page-Optimierung. Unter On-Page Optimierung werden alle Maßnahmen zusammengefasst, die auf und an der eigenen Webseite vorgenommen werden. Diese Maßnahmen können technischer und inhaltlicher Natur sein. Dagegen bezeichnet die Off-Page Optimierung alle Maßnahmen, die losgelöst von der eigenen Webseite vorgenommen werden.

SEO-Bemühungen sollten immer mit einer sorgfältigen Analyse beginnen, beispielsweise über eines der vielen sowohl kommerziell als auch frei verfügbaren SEO-Tools, wie etwa seorch.de oder seobility.net. Die Werkzeuge analysieren über Crawler die Struktur, die Inhalte, die technische Implementierung und zahlreiche weitere Aspekte einer Seite (auch der eines Wettbewerbers) und geben einen guten Überblick über deren Stand in Bezug auf die wichtigsten SEO-Kriterien.

Wichtig ist zudem eine klare SEO-Strategie. Suchmaschinenoptimierung muss sich auf einzelne Landingpages, also auf einzelne Seiten mit einem klaren Zweck beziehen (z.B. eine Webseite mit Informationen zu einem Produkt, zu einem Service oder zu einer Veranstaltung, oder aber auf eine Shop-Seite). Es muss klar definiert sein wer angesprochen wird (welche Zielgruppe mit welchen Endgeräten), welche Reichweite angestrebt wird (lokal, regional, national oder international), welche Themengebiete und Keywords (Schlüsselwörter) für den Inhalt besonders wichtig sind, welche Ziele mit der Seite verfolgt werden und welche Wettbewerber zu berücksichtigen sind.

Nach der Analyse und einigen strategischen Überlegungen folgen die On-Page- und die Off-Page-Optimierung als

eigentliche Optimierungstätigkeiten. Den Ausgangspunkt der inhaltlichen On-Page-Optimierung stellt eine gründliche Keyword-Recherche dar, aus der Keyword-Listen abgeleitet werden. In diesem Schritt werden Schlüsselbegriffe und Suchphrasen herausgearbeitet, die die eigenen Inhalte charakterisieren und die gleichzeitig auch von potenziellen Kunden in der Suchmaschine verwendet werden. Stimmen die auf der Seite vorhandenen Keywords mit den von den Suchmaschinen-Nutzern verwendeten Suchbegriffen überein, wird die Webseite im Rankingprozess der Suchmaschine stärker berücksichtigt.

Die Texte einer Landingpage sollten diese Keywords und Suchphrasen aufgreifen und sie sollten eine ausreichende Länge aufweisen (mind. 300 Wörter). Auch die Verwendung von Multimedia, also von Abbildungen und Videos mit aussagekräftigen Benennungen und sog. Alt-Tags („Alternativ – Text“, der ein Bild mit 2-6 Wörtern beschreibt), werden von Suchmaschinen positiv bewertet.

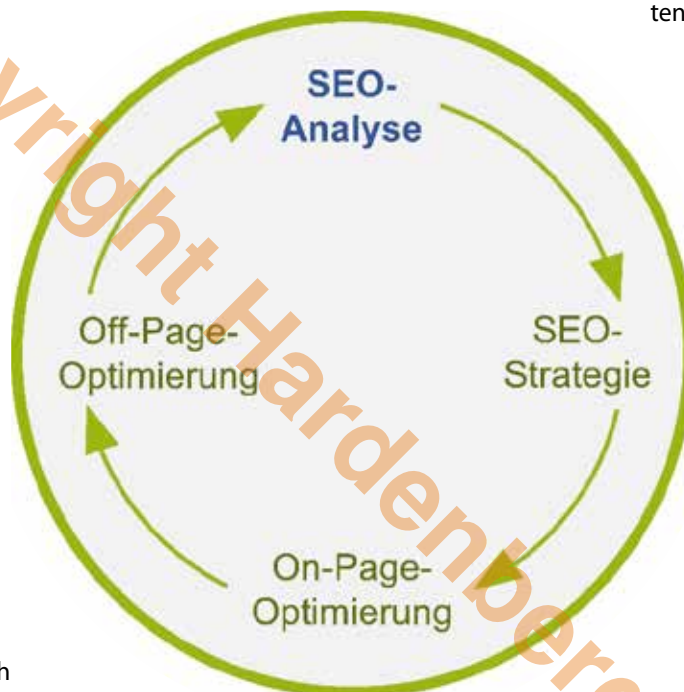


Abbildung 1: Der SEO-Kreislauf

Bei der technischen On-Page-Optimierung geht es beispielsweise um die Gewährleistung fehlerfreier und schneller Webseiten und um die richtige Verwendung von Metadaten (im Header einer Webseite). So spielen zum Beispiel der im sog. Title-Tag hinterlegte Titel (ca. 50-65 Zeichen) und die in der Meta-Description angegebene Beschreibung einer Webseite (bis zu 150 Zeichen als Kurzbeschreibung) trotz abnehmender Bedeutung für das eigentliche Ranking schon deshalb immer noch eine wichtige Rolle, da diese als Ausschnitt auf den Suchergebnisseiten angezeigt und damit als erste Kurzinfos für die Nutzer sichtbar werden. Darüber hinaus gilt es die Webseitenstruktur zu optimieren, z.B. über eine gut strukturierte interne Verlinkung der Seiten untereinander und durch die Verwendung aussagekräftiger und für Suchmaschinen lesbarer URLs. Beispiel: <http://www.beispiel-laden.de/kategorie/produkt123.html> statt <http://www.beispiel-laden.de/shop.asp?Lang=1&ID=734522>.



Abbildung 2: Drei Ebenen der Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinen betrachten jedoch nicht nur die Webseite selbst, sondern sie ziehen auch externe Faktoren in die Bewertung mit ein. Bei der Off-Page-Optimierung stehen entsprechend der Linkaufbau und Einträge in Archiven und Datenbanken im Vordergrund. Es gilt, möglichst viele und wertvolle Backlinks aufzubauen. Backlinks als externe Links fremder Webseiten auf die eigene Seite werden von Suchmaschinen als Hinweise auf besonders relevante Webseiten interpretiert und stellen einen wichtigen Rankingfaktor dar. Zu den typischen Linkbuilding-Strategien gehören die Verwendung von Social Media Fanpages, das Verfassen von Blogbeiträgen, Einträge in Verzeichnissen, der Linktausch mit inhaltlich passenden Partnern und das Link-Ködern (engl. Linkbaiting, z.B. durch Gewinnspiele, Toplisten, usw.). Eine in Anbetracht der Google-Dominanz wichtige und einfache Maßnahme ist der Aufbau einer Unternehmensseite in der Suchmaschine selbst über einen „Google My Business“ Eintrag.

Die Suchmaschinenoptimierung stellt eine sehr wichtige Tätigkeit für alle im Web präsenten Unternehmen dar. Nähere Informationen zu den wichtigsten und in Abb. 2 auf drei SEO-Ebenen zusammengefassten SEO-Aktivitäten sind im frei zugänglichen Web-based Training „Einführung in die Suchmaschinenoptimierung“ des Competence Center E-Commerce (CCEC) verfügbar. Hier ist der Link: <https://ccec-online.de/citylab>



Prof. Dr. Peter Weber
Competence Center E-Commerce (CCEC), Fachhochschule Südwestfalen

LAST CALL

Finanzierungsboom bei Startups

Die Startups in Deutschland erhielten in 2021 so viel Finanzierungskapital wie nie zuvor. Die neue Studie von Ernst & Young vom 13. Januar 2022 zeigt, dass die jungen Unternehmen im letzten Jahr fast 17,4 Milliarden Euro Risikokapital von Investoren erhielten – das ist mehr als dreimal so viel wie im Corona-Jahr 2020 (5,3 Milliarden). Dabei stieg die Zahl der Finanzierungsrunden um 56 Prozent auf 1.160.

www.rheinzeiger.de/aktuelles/finanzierungsboom-bei-startups/

SAVE THE DATE!

OKTOBER - NOVEMBER 2022

OKTOBER 2022

14. – 15.10.2022

deGUT Deutscher Gründer- und Unternehmertag 2022

Gründermeeting in der ARENA Berlin.

www.degut.de

24. – 26.10.2022

BIO-Europe 2022

Die Partnering-Konferenz für die internationale Biotechnologie-Szene in Leipzig

www.ebdgroup.com

NOVEMBER 2022

14. – 17.11.2022

MEDICA 2022

Weltforum, Fachmesse und Konferenzen zu Medizin und Medizintechnik in Düsseldorf.

www.medica.de

14. – 20.11.2022

Gründerwoche Deutschland 2022

Zahlreiche Workshops und Beratertage für Existenzgründer überall in Deutschland

www.gruenderwoche.de



The future starts here



www.biocampuscologne.de
www.rtz.de

2 STANDORTE • 1 VISION • JETZT GEMEINSAM

BioCampus
Cologne



Rechtsrheinisches Technologie-
und Gründerzentrum Köln



Jetzt der Konkurrenz eine Investition voraus sein.

**Bringen Sie Ihr Unternehmen
voran: Mit der richtigen
Finanzierung.**

Die richtigen Investitionen zum richtigen Zeitpunkt in digitale Prozesse, nachhaltige Technologien oder neue Geschäftsfelder sichern Ihnen Wettbewerbsvorteile für die Zukunft. Jetzt Beratungstermin vereinbaren.
sparkasse-koelnbonn.de/finanzierung

Weil's um mehr als Geld geht.



**Sparkasse
KölnBonn**